Le monde est à nous

www.editions-jclattes.fr

LAURENT
EDEL et CHINE
LANZMANN

Le monde est à nous

Le tour du monde des Nouvelles Idées de Business

JC Lattès
17, rue Jacob 75006 Paris

Les informations contenues dans les parties consacrées aux Nouvelles Idées de Business ont été recueillies pendant le voyage des auteurs. Depuis, elles ont pu évoluer, elles n'engagent donc ni les auteurs, ni l'éditeur.

Maquette : Bleu T

À Edmond qui nous a suivis pendant ce tour du monde et aux quinze millions de Français qui rêvent de créer leur N.I.B.

Sommaire

Introduction 15

Chine,
là où tout est toujours possible 31

Journal à Pékin 35
Journal à Shanghai 45

Les N.I.B. en Chine : partir pour s'épanouir 49

Le petit futé chinois 51
Le roi de la salade 53
Consultants à la chinoise 55
L'art made in China 57
Millionnaire en euros, humanitaire en vélo 59
La maison de retraite et l'orphelinat 61
L'immeuble services compris 63
Autres N.I.B. chinoises pour rester en France 64
Drôles de N.I.B.
Le commerce équitable… pour chiens 65
Le business des parapluies 65

Japon,
une énergie débridée malgré la crise 67

Journal à Tokyo 69

Les N.I.B. au Japon : le paradoxe nippon 75

L'épicerie de services 77
Le capteur de tendances 78

Le supermarché chic et crise 79
La croisière pacifiste 81
Autres N.I.B. à importer d'urgence !
Les straps, gadgets pour téléphones mobiles 83
Des produits culturels à louer 84
De drôles de N.I.B. pour nos grands-parents
La bouilloire d'alerte pour personne âgée 85
La table chauffante 85
Le traducteur d'aboiements 85

Australie,
un max de business relax 87

Journal à Sydney 89

Les N.I.B. en Australie :
tout est neuf dans ce pays neuf 97
L'écolodge, l'hôtel du futur 99
Le thé aux « perles » 101
La fortune en haut du pont 103
Le scrapbook, l'album souvenir 105
La peintre sur Internet 106
L'huile de théier 107
Le caviste cool 109
Autres N.I.B. australiennes
La maison de retraite écolo 110
La poste franchisée 111
Les étiquettes pour enfants 111
La basse-cour de récré 112
De bonnes actions 113
Drôle de N.I.B. pour la fête des mères
Le moulage de bébés 114

États-Unis, spiritualité et business 115

Journal à Berkeley 119
Journal à Palo Alto 131

Les N.I.B. en Californie : l'Amérique toujours n° 1 143

Tendance « éthique » 144
Se dépenser pour une cause 145
Dîner pour une cause 147
Entreprendre pour l'Afrique 148
L'agence de pub ethnique 149
L'entreprise militante 153
L'acheteuse écologique 154

Tendance « pour bébés » 155
La crèche américaine 156
Le musée des enfants 157
Les salles de jeux 159
Les cours de musique 160
La K7 de la fortune 161
Les bébés hard-rock 162
Les vacances en ville 163

Tendance « bien-être » 164
Le pilates, des abdos en béton 165
La folie du yoga 167
Women only ! 169
Danse, aérobic et vieux tubes 171
La glace au soja 173
Les chips naturelles 174
Drôle de N.I.B. bio
Le fast-food bio 175

Tendance « pour le marché des seniors » 177
Le fournisseur de bien-être 178
Les compagnons de vie 179
Drôles de N.I.B. pour seniors
L'école de l'amour 181

Le musée de la bouffe 182
La clinique de longévité 183

Tendance « high-tech » 184
Les mini-photos confettis 185
Les DVD à volonté 187
Le dépanneur informatique 188
Les tuiles solaires 189
Le tour du monde en photos 191
Autre N.I.B. high-tech
Les blogs, de nouveaux médias 192

Tendance « de crise » 193
Les jobs de rêve 194
L'agent de patrons 195
Studios d'artistes à louer 196
Bureaux d'écrivains à louer 197
Services informatiques à louer 198
L'entreprise intégrée 199
Carnet d'adresses à louer 200
La pharmacie du futur 202
La chaîne de restaurants chinois 203
L'épicier naturel et discount 205
Autres N.I.B. de crise
Le coach vedette 206
L'école de coaches 207

Canada,
l'entreprise au naturel 209

Journal à Vancouver 211

Les N.I.B. au Canada : l'entreprise au naturel 221
Le chien chaud au soja 223
La fringue de yoga branchée 224
Le supermarché de sport d'occasion 225
Le chausson de bébé 226
La tyrolienne… canadienne 227

La monnaie locale convertible 228
Drôle de N.I.B. pour chiens
Le toilettage ambulant 229

Conclusion 231

Annexes 235

Index des N.I.B. par secteur économique 237
Index des N.I.B. par tendance 241
Sites Internet 243
Le guide d'échange de maison de Chine 253
Bibliographie 257
Remerciements 259

Introduction

Nous sommes partis découvrir ce qui marche à l'étranger afin de trouver notre prochaine idée de business. Comme beaucoup d'autres avant nous, nous partons chercher notre voie au bout du monde ! Mais au-delà de cette démarche personnelle, notre ambition, la mission que nous nous sommes fixée, est de partager cette récolte de ***Nouvelles Idées de Business*** *avec tous ceux qui veulent à leur tour créer leur N.I.B. ! En espérant que ce livre saura les inspirer…*

Comment tout a commencé…

Le rêve fondateur

Ce tour du monde, nous en rêvons la première fois durant l'été 2002, lors d'un dîner en amoureux dans un restaurant près de Saint-Émilion. Pourquoi ne pas aller voir ailleurs ce qui se passe d'intéressant ? Nous avons du temps devant nous et rien ne nous retient réellement en France. Cela pourrait être l'occasion pour l'un et l'autre de trouver des idées pour monter une nouvelle société. Mais pouvons-nous voyager avec notre enfant d'un an ? Bien sûr, il suffira de nous organiser en conséquence. Au boulot ! Laurent sort le carnet de notes qu'il porte toujours sur lui. Nous nous donnons trois mois pour préparer le voyage. Nos yeux brillent sous la lumière des chandelles…

Plus tard, quand nous en reparlons ensemble, nous hésitons des

dizaines de fois ! Rester ? Partir ? Où ? Combien de temps ? Pour nous décider, nous faisons des listes de « plus » et de « moins ». La liste des « plus » est toujours la plus longue ! Découvrir le monde, visiter des pays que l'on ne connaît pas, se créer des contacts internationaux. Finalement, nous bâtissons ce projet de voyage tel que nous l'avions imaginé la première fois. Il faut dire que toutes les conditions étaient réunies…

Une première expérience des voyages

La perspective de réaliser un tour du monde ne nous effraie pas : nous avons déjà une certaine expérience de la vie à l'étranger et chacun de nos voyages a été une expérience formidable. Laurent s'est déjà expatrié à deux reprises. Après ses études, il passe deux ans au Vietnam dans le cadre d'un VSN (service militaire en entreprise). Plus tard, il découvre la Silicon Valley américaine où il a fait pendant un an de la veille technologique pour la banque Paribas. De son côté, Chine – après avoir publié trois romans et commencé une carrière dans l'informatique – s'est s'exilée à Los Angeles pour reprendre un an d'études de cinéma. En rentrant, elle est engagée à Canal + où elle reste neuf ans.

Une passion partagée… notamment pour la création d'entreprise

L'un et l'autre, nous avons démissionné de nos grandes boîtes pour créer chacun notre propre société Internet. Et nous nous sommes rencontrés à ce moment-là. Entre 1999 et 2001, nous avons travaillé comme des fous. Puis Laurent a vendu sa société. Et Chine a publié son aventure romancée : *L'Année des millions*. Edmond, notre fils, est né en même temps que la nouvelle entreprise de Laurent, « Good Futur », une structure au nom résolument optimiste, qui propose conférences et séminaires. Nous partageons un même goût pour la créativité et l'entreprise… Nous voulions l'affirmer haut et fort !

Partir nous aérer…

Le climat économique et politique de la France ne répond pas vraiment à notre optimisme ! L'économie tournant au ralenti, après

« l'explosion de la bulle Internet », et avec Le Pen au second tour de l'élection présidentielle en avril 2002, nous ne nous sentons plus bien en France. Pour la première fois de notre vie, nous nous disons que notre avenir n'est peut-être plus dans notre pays ! Comme nous aimons tous les deux trouver des courants nouveaux et rencontrer ceux qui bougent, et puisqu'il nous faut rebondir… allons passer quelques mois à l'étranger. En rentrant, nous serons heureux de revenir en France !

C'est le bon moment pour nous

Ça tombe bien. Nous avons de l'argent devant nous grâce à la vente de l'entreprise de Laurent. Nous avons aussi du temps et la volonté d'en profiter ! Aucun projet intéressant ne se profile à l'horizon… Il va falloir, encore une fois, créer notre propre travail ! Edmond a l'âge idéal : à un an, ce n'est plus un petit bébé. Comme il dort ses douze heures par nuit, nous commençons à récupérer de la fatigue des premiers mois… Il ne va pas encore à l'école, et pas de deuxième enfant en route pour l'instant !

Trois mois pour trouver la bonne approche !

Tout ne marche pas du premier coup. Nous travaillons sur plusieurs « brouillons » avant de trouver le projet qui nous correspond le mieux. Nous pensons tout d'abord identifier l'innovation pour le compte d'entreprises françaises, mais pas facile de convaincre des clients aussi vite. Nous envisageons ensuite de découvrir les pays en pointe dans les nouvelles énergies, mais pour qui ? pourquoi ? Quand nous accouchons de notre envie personnelle d'« explorer les nouvelles idées de business dans le monde », tout s'enchaîne très vite. « Le tour du monde des Nouvelles Idées de Business » intéresse tout de suite beaucoup de monde. Après un premier article dans l'hebdomadaire de communication *Stratégies*, nous recevons des dizaines d'e-mails : des femmes et des hommes qui eux aussi traversent une période d'interrogation : Lancer une boîte ? Trouver un emploi d'avenir ? Innover dans sa société ? Voyant l'intérêt que suscitent les « N.I.B. » auprès d'une grande diversité d'interlocuteurs, nous sommes dès lors confortés dans notre démarche.

Les premiers témoignages reçus par Internet qui renforcent nos convictions

« Je fais partie de ces "nouveaux cadres" sur-stressés par la charge de boulot, fatigués par le poids des grandes structures et de l'immobilisme, et placardisés suite à une énième réorganisation ! Bref, j'espère que les N.I.B. m'aideront à rebondir. »

« J'étais directrice de création ; comme pour beaucoup, "le vent a tourné". C'est avec beaucoup d'intérêt que je suivrai vos aventures. »

« Pour l'instant je suis DRH et je m'interroge, la quarantaine et quelques amis au chômage aidant, sur d'éventuels projets d'avenir. Je souhaite recevoir de vos nouvelles. »

« Je suis responsable marketing. C'est une déformation professionnelle que de m'intéresser à toutes les idées originales. Votre projet de découvertes mondiales m'intéresse. »

Nos amis réagissent aussi !

Facile pour nous de se lancer dans une nouvelle aventure professionnelle, tous les deux, nous aimons entreprendre. Et monter un projet, le construire et le réaliser, cela ne nous fait pas peur ! C'est une de nos forces. Mais l'une de nos faiblesses, c'est que l'on aime aussi épater les autres ! Être au centre de la conversation dans les dîners. Faire des choses « impossibles », « innovantes », parfois à la limite de la frime ! Mais nous assumons, car c'est dans ces endroits à la pointe que nous nous sentons bien. Avec le tour du monde des N.I.B., ça marche tout de suite. Beaucoup cherchent leur N.I.B. et rêvent de faire le tour du monde. Nous partons pour nous mais aussi pour aider les autres.

L'organisation du voyage

Un voyage possible grâce aux échanges de maison

Afin de pouvoir nous offrir ce voyage, nous décidons d'échanger notre appartement le plus souvent possible. C'est moins cher que l'hôtel, il y a beaucoup plus de place et Edmond aura des jouets dans chaque pays. Nous avons envie de rester en moyenne un mois par ville, sauf aux États-Unis où nous voulons passer trois mois, le maximum pour un visa de touriste ! Pour avoir le temps de nous installer, de faire des rencontres et des découvertes, puis de préparer le départ… Durant trois mois, Chine se consacre donc à l'organisation de nos cinq échanges. Tout se fait sur Internet grâce à des sites spécialisés (voir le guide de l'échange de maison).

Nous avons la chance d'habiter la France : tout le monde veut venir y passer des vacances ! Nos contacts sont tous différents. En Chine, des Français expatriés veulent rentrer un mois, sans vivre avec leur famille. En Australie, une femme célibataire souhaite se plonger dans la culture européenne. Au Canada, ce sont des retraités qui décident d'emmener leurs petits-enfants à Paris pour les vacances. Aux États-Unis, une jeune famille francophile rêve également de faire découvrir notre belle capitale à leurs enfants : enthousiastes, ils se parleront même français entre eux pendant un mois en mangeant de la baguette au Nutella !

Question de confiance

Pour certains de nos amis, nous sommes fous. « Ils vont dormir dans vos draps ? » Et alors ? Pour nous, c'est comme aller à l'hôtel. « Et s'ils cassent tout, s'ils vous piquent des trucs ? » Nous avons confiance. Et puis nous aussi, nous serons chez eux ! On a tous intérêt à ce que tout se passe bien. Partager le mode d'emploi de la machine à laver, ça crée des liens ! Nous avons mis au point un petit contrat pour convenir des dates, de qui paie quoi, et de ce qui se passe en cas de casse. Cela n'évite pas les désistements de dernière minute pour cause majeure, mais la mise au point rassure toujours.

Un billet d'avion « tour du monde »

« Profitez-en le plus longtemps possible. Le plus dur, c'est de s'organiser pour réussir à partir. Ensuite, tout roule », nous assure une amie voyageuse. Quand Laurent commence à étudier les billets d'avion, il trouve vite la piste des « billets tour du monde », plus économiques et pratiques qu'une succession d'allers-retours ou d'allers simples.

Où s'arrêter ? le monde est grand !

L'objectif est complexe : nous voulons à la fois échanger notre appartement, vivre en ville avec notre bébé, trouver des business, le tout dans des pays faciles à vivre, couverts par notre billet tour du monde à prix réduit… Nous sommes obligés de faire un choix ! Nous avions envie d'aller au Pérou, mais impossible d'y atterrir avec notre billet. Nous voulions aussi aller en Suède, en Lithuanie, ainsi qu'en Islande, mais impossible de planifier des échanges si longtemps à l'avance dans ces trois pays.

Finalement, notre programme est bouclé un mois avant le départ :

Janvier	*en Chine, à Pékin et Shanghai*
Février	*au Japon, à Tokyo*
Mars	*en Australie, à Sydney*
Avril à juin	*en Californie, à Berkeley puis à Palo Alto*
Juillet	*au Canada, à Vancouver*

Une jeune fille au pair pour s'occuper d'Edmond

Nous décidons de voyager avec une jeune fille au pair pour travailler sereinement. Nous ne voulons pas prendre quelqu'un de différent dans chaque pays afin de ne pas perdre de temps en recherche et de donner à Edmond un minimum de repères stables ! Laurent cherche sur Internet. Des sites proposent des jeunes filles au pair du monde entier. Difficile de sélectionner quelqu'un à distance. C'est finalement sur un site français de jobs étudiants que nous laissons notre annonce. Stéphanie est la première à nous répondre. À vingt-trois ans, elle habite chez ses parents et adore les enfants, surtout les petits. Stéphanie a déjà beaucoup voyagé. C'est la fille idéale ! Avant le départ, elle vient tous les week-

ends s'occuper d'Edmond. Par la suite, quand il sera dans ses bras, c'est comme s'il était dans les nôtres, enfin, presque!

Merci à nos sponsors!

Un mois avant le départ, nous finalisons le budget. Et si nous trouvions des sponsors? Nous envoyons des e-mails à Apple, Canon et Sony. Sony refuse: notre projet ne correspond pas à leur communication, mais Canon accepte de nous donner un appareil photo numérique professionnel et Apple nous offre un Titanium portable, tous deux séduits par « notre expérience multimédia ». Nous sommes fiers d'être en quelque sorte « légitimés » par de grandes marques. Notre projet les intéresse, il est dans l'air du temps. Nous sommes rassurés.

Le budget

Faire le tour du monde, c'est toujours possible. Cela dépend du mode de vie de chacun. Aujourd'hui, les billets tour du monde sont abordables. Avec l'échange de maison, on économise l'hôtel et la location de voiture. Résultat, nous avons finalement dépensé la même chose qu'à Paris.

100 kilos de bagages

Un record de légèreté! pense Chine. Encore beaucoup trop! pense Laurent. Normal, c'est lui qui porte les 100 kilos de bagages, répartis en trois sacs rouges à roulettes. Nous allons passer de l'hiver à l'été. Les seuls accessoires de bébé que nous emportons sont une poussette-canne et un lit de voyage afin qu'Edmond conserve toujours son petit univers pendant la nuit.

Un nouveau genre de livre

Le journal de Chine, les N.I.B. de Laurent

Nous avons voulu écrire un nouveau genre de livre, entre le livre de voyage et le livre de business. Nous recommençons plusieurs fois avant de trouver l'angle et la structure qui nous satisfont. Le livre suit le tour

du monde, ville par ville. Dans chaque pays, Chine raconte d'abord le voyage de la famille, puis Laurent présente les Nouvelles Idées de Business. Cela peut sembler un poil macho? Certes, mais le partage des tâches est bien pratique pour terminer la rédaction du livre!

Un fil directeur: notre regard enthousiaste

Ce tour du monde nous a beaucoup appris. Arrivés en Chine, nous comprenons que tout y est possible. Des expatriés français y réussissent dans tous les domaines. Nous nous y serions installés si nous avions eu vingt ans… Puis nous tombons sur un Japon paradoxal. D'un côté, le luxe encore et toujours. De l'autre, les N.I.B. de crise pour consommer mieux et dépenser moins. À première vue, le climat australien n'incite pas à travailler. Tellement relax… Pourtant, les Australiens créent plus de franchises que n'importe qui au monde! Les États-Unis demeurent le pays le plus dynamique du monde. La Californie est en pointe, comme souvent. Nous découvrons des tendances de business qui déferleront bientôt en France. Au Canada enfin, nous explorons l'entreprise au naturel et les nouveaux business liés à la nature.

Dans chaque pays, deux regards différents

Le journal de Chine raconte le tour du monde en famille

Le journal raconte le voyage d'un couple et d'un enfant, qui font un tour du monde rapide. Nous n'y allons pas pour connaître les pays mais pour chercher du business.

Sans prétention

Notre projet a ses limites : un pays, on ne le connaît pas en un mois, encore moins en une semaine ! Nous arrivons avec nos clichés et nous repartons avec ! Mais chaque fois, nous avons envie d'y retourner plus longtemps ! Nous ouvrons nos yeux d'étrangers qui s'intéressent au business. Nous sommes positifs. Bien sûr, il y a partout le chômage, la violence, la misère. Mais, nous voyons l'amour, le plaisir, les succès. Nous avons besoin d'optimisme ! Nous réalisons un rêve, le tour du monde ! Mais ce rêve a sa part d'angoisses, de risques, d'énervements. Nous sommes partis sans vraiment savoir ce que nous allions trouver et parfois nous avons eu peur de l'inconnu. Nous nous sommes engueulés. Nous étions heureux de partir et sommes heureux de revenir. Ce sont les vertus du voyage. Survoler le monde apporte un sentiment de toute-puissance. On voit tout, on est au-dessus de tout !

Voyager avec un enfant

Tout le monde est étonné de nous voir partir avec notre enfant. Même accompagnés par une jeune fille au pair. Une fois en voyage, nous comprenons pourquoi. Ça change tout ! Rien à voir avec les voyages en célibataire ou en couple. Nous avons beaucoup moins de

temps pour travailler ! Chine est partie dans l'idée de tourner des documentaires, mais elle n'a pas filmé une seule image… Tous les soirs, nous voulons être à la maison vers 18 heures pour voir Edmond. Impossible de faire du tourisme : notre chéri, adorable par ailleurs, hurle au bout d'une heure de voiture ! Nous essayons de vivre à son rythme : la vie est bien plus agréable quand il a fait une nuit complète plus ses deux heures de sieste ! Dans l'avion, nous privilégions les vols nocturnes pour qu'Edmond dorme. Laurent lutte pour obtenir les bons sièges et oblige Chine à arriver trois heures avant le départ… Enfin, nous y sommes arrivés !

Vivre comme si on habitait là

Un de nos rêves dans ce voyage était de vivre comme si nous habitions là. Nous nous en approchons parfois, avec le sport, la nourriture, les rencontres et les activités d'Edmond, mais mettons toujours quelques semaines à nous adapter. Partir à l'aventure, c'est ce que nous aimons faire, mais, sur place, c'est parfois fatigant et stressant de vivre des choses nouvelles. Au bout du compte, ça nous fait avancer !

Dans le journal de Chine, le signe @ renvoie aux adresses Internet répertoriées dans l'annexe « Sites Internet ».

Les N.I.B. de Laurent : ça marche…

Les Nouvelles Idées de Business

Les N.I.B. – les Nouvelles Idées de Business – sont des entreprises innovantes qui, au-delà de leur diversité, ont toutes un point en commun : leur réussite. Mais une réussite qui ne se limite pas aux seuls résultats financiers…

En effet, l'expression N.I.B. recouvre aussi bien des sociétés importantes, parfois cotées en bourse ou rachetées par des multinationales, que des entreprises personnelles, lancées à la maison, ou encore des entreprises sociales, à vocation humanitaire. Dès lors, si le succès de

chacune peut se mesurer à l'aide de critères classiques, comme le chiffre d'affaires annuel, il intègre également une dimension plus vaste qui tient compte, notamment, de leur utilité sociale, du bien-être que ces entreprises d'un nouveau genre sont susceptibles d'apporter à chacun. Et dans certains cas, ce sont même ces appréciations plus subjectives qui ont prévalu, nous incitant à inscrire une expérience solidaire – comme cet orphelinat chinois – dans la catégorie des N.I.B.

Autre caractéristique essentielle, les N.I.B. sont positionnées sur les marchés du futur. Elles indiquent les tendances de demain. Loin de se cantonner aux nouvelles technologies, les N.I.B. fleurissent sur les terrains fertiles de l'entreprise responsable, de l'écologie ou encore des services pour baby-boomers et personnes âgées… Pour nous qui sommes issus du monde de l'Internet, c'était là une des révélations de notre voyage : l'innovation est partout, dans tous les secteurs.

Développer les N.I.B. en France

L'ambition de ce livre est de contribuer au développement des N.I.B. en France. Comment ? Au travers de ces exemples de business qui marchent à l'étranger, en présentant des cas concrets et des tendances d'avenir, nous souhaitons en effet encourager tous ceux et celles qui veulent créer leurs propres entreprises, mais aussi offrir une source d'inspiration aux managers qui doivent adapter leurs business aux évolutions de la consommation.

Idéalement, ce livre a pour vocation de transmettre l'énergie et l'optimisme que nous avons rencontrés tout au long de notre tour du monde. Nous sommes attirés par les environnements porteurs. Pour nous, construire l'avenir, être positif, s'entraider sont des états d'esprit naturels. Nous sommes allés à la rencontre de ces comportements dans les pays qui bougent. Notre souhait, c'est que la France retrouve le sourire ! Candidement, nous espérons que les N.I.B. aideront les deux millions de Français qui rêvent de créer leur boîte à prendre confiance en eux. À oser ! À se lancer ! Il y a tant d'opportunités à saisir…

À ce propos, nous ne croyons pas au « retard français ». Bien entendu, les N.I.B. existent d'ores et déjà en France. Nous en avons identifié certaines avant notre départ. Peut-être poursuivrons-nous

notre recherche en France dans un prochain livre… Une nouvelle occasion de vérifier que les N.I.B. n'ont pas de frontières, que les tendances porteuses qui se dessinent à l'étranger sont également appelées à connaître le succès dans l'Hexagone.

Enfin, derrière les N.I.B., il y a les femmes et les hommes que nous avons rencontrés. Entreprenants et dynamiques, ils nous ont beaucoup apporté ; et réciproquement ! Ensemble, nous avons abordé une multitude de sujets, échangé nos points de vue sur leur stratégie de développement, leur créativité, etc. C'est aussi cet échange que nous avons voulu poursuivre dans ce livre.

La chasse au trésor

La recherche des N.I.B., c'est la chasse au trésor. On s'y lance avant même d'arriver dans un pays, en activant notre « réseau ». Nous avons demandé à nos amis des contacts. Pour chaque pays, nous avons recueilli une dizaine d'adresses. C'est notre point de départ. Les amis de nos amis sont nos amis !

Une fois sur place, c'est la course pour prendre rendez-vous et interroger nos contacts : « Qu'est-ce qui marche en ce moment ? Qu'y a-t-il de nouveau ? Qu'aimez-vous qui n'existe pas en France ? » Efficaces également, les correspondants des médias français. Les missions économiques des ambassades françaises ont aussi apporté des informations. Nous dévorons la presse locale, regardons les publicités avec une seule obsession : « Est-ce une N.I.B. ? » Nous restons toujours en éveil lorsque, simples touristes, nous nous baladons dans les rues et les centres commerciaux. Nous ouvrons grand les yeux. L'oncle de Laurent qui, dans sa carrière de businessman, a eu le flair de lancer, souvent avec succès, un nombre impressionnant de N.I.B., nous avait prévenus : « Soyez toujours ouverts. Ne rejetez rien d'office. Partez avec l'idée que ça marche ! » Ça devient un jeu. Ensuite, il faut décider s'il s'agit vraiment d'une N.I.B., et là, la sélection est drastique !

Les business qui nous plaisent !

L'idée de départ, c'était de trouver notre propre N.I.B. Alors, nous sommes exigeants. Pour faire le tri, nos expériences de journaliste, entrepreneur et investisseur s'avèrent utiles. Finalement, nous ne retenons que celles que nous avons envie de lancer nous-mêmes ! On se projette en s'interrogeant : « Tu te vois lancer cette chaîne de restaurants ? Ouvrir ce type de boutiques ? Démarrer ce services pour personnes âgées ? » Nous aimons les N.I.B. Et nous avons envie de les voir en France pour pouvoir vite les utiliser.

Nous avons mis au point une méthodologie afin de qualifier et sélectionner les N.I.B. Tout cela est plus intuitif que scientifique. Nous sommes une famille en voyage et pas une équipe de futurologues. Les domaines qui nous intéressent sont liés à notre vie quotidienne : les commerces, les loisirs, la petite enfance… Au total, nous avons retenu vingt et un secteurs économiques (voir les index). Ensuite, et dans la mesure du possible nous testons les N.I.B., goûtons les produits, essayons les services. Nous faisons tout pour rencontrer le fondateur ou le dirigeant. Et nous les interrogeons sur leur stratégie, leurs résultats et leurs difficultés, afin de rassembler des informations pratiques. Les conférences de Good Futur fournissent des compléments d'information sur certaines N.I.B.

Nous avons retenu un tiers de l'ensemble des business identifiées. Lorsque nous n'avons pu rencontrer le créateur, ni tester le produit, nous l'indiquons par le titre « Autres N.I.B. ». Le Journal de Chine évoque également des nouveautés qui sont presque des N.I.B. Au total, nous présentons 84 N.I.B. Afin d'en faciliter la lecture, et parce que des similarités sont apparues au-delà des frontières, nous avons classé les N.I.B. par tendances.

Des annexes pratiques

En annexe, nous avons classé les N.I.B. en un « *index par secteur économique* » ; et un « *index par tendance* ».

Les adresses Internet des N.I.B. sont répertoriées dans l'annexe « Sites Internet ».

Les tendances

Nous constatons des points communs entre les N.I.B. des différents pays. À chaque étape, des entreprises nous en rappellent d'autres vues ailleurs. En analysant les N.I.B., nous comprenons qu'il y a des tendances internationales de business. C'est bien sûr lié à la globalisation. Les consommateurs et les entrepreneurs du monde entier suivent des courants. Ces courants sont valables pour la France où nos tendances existent et où certaines N.I.B. émergent. Finalement, nous pouvons retenir huit tendances :

S'expatrier	Éthique	Pour bébés
Bien-être	En franchise	High-tech
Pour les seniors	De crise	

N.I.B. s'expatrier

Dans chaque pays, nous rencontrons des Français. Ils sont « ***partis*** » pour des raisons différentes. Mais tous réussissent parce qu'ils ont trouvé une N.I.B. Les Français, en Chine, sont attirés par l'immense marché à conquérir. Notre copine de Sydney, l'une des meilleures biochimistes du monde, peut bosser où elle veut ! Les Français de la Silicon Valley sont « là où ça se passe ». D'autres, partis en famille, sont allés chercher du travail ailleurs ! « Il n'y avait pas d'autre choix. Les entreprises françaises se délocalisent ! Alors, moi aussi, je me suis délocalisé ! » résume l'un d'entre eux.

N.I.B. éthique

Nous étions partagés. D'un côté, le développement durable est souvent la tarte à la crème du marketing. De l'autre, nous espérions trouver un nouveau modèle d'entreprise. Après les excès de ces dernières années et les réactions conséquentes, tout le monde attend cette remise en question. Et nous trouvons des pistes ! Des entreprises sociales d'abord, à mi-chemin avec les associations humanitaires. L'autre révélation, c'est le business écologique. Oui, on peut consommer autrement ! Enfin, nous nous inspirons d'un nouveau modèle, « *l'entreprise intégrée* » pour injecter de l'« ***éthique*** » à nos propres projets.

N.I.B. pour bébés

« Pourquoi ne pas le faire moi-même? » s'interrogent les parents qui ne trouvent pas dans le commerce ce dont ils rêvent pour leur progéniture. L'arrivée d'un enfant correspond à un changement de vie. Et comme les bébés arrivent de plus en plus tard, les parents sont mûrs pour se lancer à leur compte. D'autant que le produit « Inventé par une mère pour ses enfants » devient un label marketing de qualité. Grâce à notre fils, nous découvrons les business « ***pour bébés*** ». Dans chaque pays, des modes de garde, des salles de jeux et des produits inédits pour enfants, dès six mois!

N.I.B. bien-être

À chaque étape du périple, nous dévorons des nouveaux aliments et pratiquons des sports inconnus. L'alimentation biologique sort de la tribu bobo et devient plus abordable. Les produits à base de plantes séduisent le grand public. Le yoga et l'écologie inspirent des nouveaux sports. La quête d'une vie équilibrée, soutenue par l'exercice physique, et d'une alimentation saine, sans contraintes excessives, n'a jamais été aussi forte. Lorsque les multinationales rachètent les pionniers, le « ***bien-être*** » se transforme en gros business.

N.I.B. en franchise

Nous rencontrons dans chaque ville des entrepreneurs de tout âge et de tout sexe qui ont choisi une « ***franchise*** ». Et nous les comprenons: ils bénéficient d'une marque connue; d'un concept déjà testé; et grâce au support du franchiseur, ils sont moins isolés. En résumé, ils augmentent leurs chances de succès! Des taux de croissance de 100 % par an, dans les services de proximité, pour les enfants et les personnes âgées, finissent par nous convaincre.

N.I.B. high-tech

« Always on » disent les Américains pour décrire la génération née avec Internet, « toujours connectée », qui n'a pas le souvenir d'un monde sans ordinateur. La jeune fille au pair de notre fils est l'illustration parfaite: elle reste toujours connectée avec sa famille et ses amis de

France ! Entre les nouvelles technologies et nous, c'est aussi pour la vie. Nous aimons le « ***high-tech*** » ! Notre fils n'a pas été téléchargé, mais c'est une blague entre nous ! D'ailleurs, sans Internet, il n'y aurait pas eu de tour du monde. On a tout préparé grâce au réseau. Alors, après la crise Internet, faut-il encore créer des sociétés technologiques ? Oui !

N.I.B. pour le marché des seniors

Cette tendance est inspirée par nos parents. Les baby-boomers, ce sont eux ! Les cinquantenaires représentent un marché miraculeux. Ils ont le plus fort pouvoir d'achat. Ils profitent de leurs loisirs, même s'ils travaillent encore. Ils ont inventé la consommation moderne et vont créer leur façon de vieillir. Ils prennent soin d'eux ; et de leurs animaux de compagnie ! Comme la population vieillit naturellement, le « ***marché des seniors*** » grandit tout seul, et vite !

N.I.B. de crise

C'est la crise économique. Mais tout le monde ne va pas si mal. Nous admirons les entrepreneurs qui trouvent le truc pour faire du bien au portefeuille et à la tête. Ils arrivent à dépasser « ***la crise*** ». Par exemple, ceux qui louent tout ; les commerçants innovants qui nous font vivre des expériences et les coaches qui aident à passer les difficultés de sa vie professionnelle.

Chine

(Pékin - Shanghai)

15 janvier – 20 février 2003

Là où tout est toujours possible

“Nous nous y installerions…
si nous avions vingt ans ! ”

CHINE & LAURENT

LE JOURNAL DE CHINE EN CHINE

Le départ, quel stress !

« Plus jamais je ne partirai pour un tour du monde en famille ! » On avait fixé le départ mi-janvier, histoire de prendre le temps de terminer l'année, de bien faire les bagages et de préparer correctement notre arrivée. Évidemment, les choses se précipitent. Pas facile de tout organiser pour partir sept mois. On boucle finalement les valises à 5 heures du matin dans un état de stress insensé. Pourquoi est-ce si compliqué, les bagages ? À cause d'un paradoxe évident : il ne faut rien oublier et en prendre le moins possible. Pourquoi ne rien oublier ? On peut toujours tout acheter sur place… Pourquoi le moins possible ? Parce que c'est Laurent qui porte. Moi, je m'occupe d'Edmond. C'est notre deal. Edmond, d'ailleurs, ne nous lâche pas d'un iota pendant les préparatifs.

À l'aéroport, nous retrouvons Stéphanie, la baby-sitter qui nous accompagne pour la durée du périple. Sept mois de cohabitation… Pour l'instant, ça ne m'inquiète pas. Arrivés à l'escale de Francfort, la Lufthansa ne nous laisse pas embarquer pour Pékin : on a oublié de prendre un visa pour Edmond ! On pensait avoir tout prévu, et dès le départ, on a un pépin ! Nous passons donc la nuit en Allemagne et Laurent part le lendemain pour Bonn afin d'obtenir le fameux visa à l'ambassade de Chine. Perdre un seul jour sur deux cent dix ça va. Finalement, on embarque pour Pékin.

PÉKIN
janvier 2003

L'empire révolutionné

Notre premier échange est un succès

À l'aéroport, nous sommes attendus par l'ami et le chauffeur chinois de la famille avec laquelle nous échangeons notre appartement. Comme tous les Chinois qui travaillent avec les Occidentaux, il a pris un second prénom facile à prononcer : Adonis ! Assise à l'arrière de la voiture, je lutte pour ne pas dormir, Edmond ronfle dans mes bras. Je suis émue. Je guette d'éventuels symboles de l'empire du Milieu, mais cette autoroute qui rejoint la ville ressemble à toutes les autres. Ah, une maison avec un toit style pagode et un panneau de pub en chinois. Je suis bien en Chine ! Pour la première fois de ma vie ! Laurent nous suit en taxi avec les bagages. Dès que l'on rejoint la ville, la voiture s'enfonce dans les embouteillages. On m'avait prévenue : Pékin, c'est immense. Notre appartement est près du… quatrième périphérique. Je crains d'être en banlieue, mais nos amis disent que nous sommes dans le centre. Impressionnant, le hall de notre immeuble, aux dimensions de ce pays en construction ! Le sol en marbre est lustré par une jeune femme. Les gardiens sont habillés en groom, formés pour sourire et dire « hello ». Je ne m'attendais pas à autant de luxe en Chine ! Notre appartement de 200 m^2 domine au vingtième étage. Piscine, plombier, concierge, restaurants, tous les services sont dans l'immeuble (voir N.I.B. page 61). Je ne regrette pas de ne pas avoir réussi à échanger avec une maison dans la vieille ville au cœur de Pékin ! Plus tard, des amis nous inviteront à visiter leur maison, froide, humide et pleine de courants d'air. Le matin, ils vont pomper du fuel dans la cour gelée. Chez nous, il fait chaud !

Depuis que nous avons un enfant, le confort ménager passe avant la vie culturelle…

Venus étudiants, ils ne sont jamais repartis

Le couple avec lequel nous avons échangé notre appartement, des Français de trente ans, vit en Chine depuis leurs études. Ils se sont rencontrés il y a trois ans et leur petite fille a six mois. Parlant couramment chinois, ils se retrouvent à la tête de filiales d'entreprises internationales et viennent d'acquérir ce grand appartement. En France, ils ne pourraient pas s'offrir la même vie. L'« ahi », grande sœur en chinois, est le nom des nounous et des femmes de ménage. Leur ahi vient tous les après-midi. Elle utilise le même chiffon pour tout nettoyer. Quand elle nous voit avec notre Sopalin, elle nous fait comprendre que ce n'est pas bien. Imaginez les poubelles d'un milliard de Chinois remplies de Sopalin ! Elle gagne deux cents euros par mois pour ce mi-temps. Huit fois plus que certaines ahi exploitées par les nouveaux bourgeois chinois. Son travail sert à financer les études de son fils. La sélection est sans pitié : un seul bachelier sur deux cents rentrera à l'université. À la fin de notre séjour, je veux lui donner un bonus, elle refuse. J'insiste. Finalement, elle le prend. Comme pour les taxis et les restaurants, les pourboires ne sont pas une coutume ici. Pas encore.

Chine en Chine, c'était écrit…

Mon prénom, je le tiens de mon arrière-grand-père maternel, Victor Segalen. Cet aventurier, médecin de la marine, romancier et poète a conduit une mission d'exploration archéologique en Chine, où il a vécu au début du XXe siècle. Ici, tous les Français le connaissent et l'admirent. Mes parents m'ont appelée Chine en son hommage. Pourtant, la vraie origine de « Chine », prénom français du XVIIe siècle, n'a aucun rapport avec le pays. Il descend de la demi-déesse grecque « Chioné », tuée par jalousie par Aphrodite, la déesse de l'amour. Pas mal…

Une semaine pour se remettre

La première semaine, nous décidons de ne rien faire : nous reposer, récupérer du décalage horaire et prendre des vacances. Laurent ne veut

appeler personne, il se renferme. Je ne m'inquiète pas : j'ai lu *Les hommes viennent de Mars et les femmes de Vénus* et je sais qu'il va émerger quand il ira mieux. Nous visitons la Cité interdite, débordante de touristes chinois, et j'ai des vertiges sur la place Tienanmen, sans savoir si c'est le froid sec, la fatigue du voyage ou l'immensité. La Chine compte un milliard trois cents millions d'habitants, dont 100 millions vivent aujourd'hui correctement. 300 autres millions sont sur le chemin de l'embourgeoisement. Mais il reste encore 900 millions de pauvres paysans. La plus grande ville compte 40 millions d'habitants. Il y a cent villes avec plus d'un million d'habitants. À côté, nous nous sentons tout petits. La première semaine passe, Edmond fait ses nuits, Laurent émerge et j'ai envie de voir du monde !

La vie des expatriés

Lors de notre séjour, nous rencontrons beaucoup de Français. En un mois sur place, nous n'avons pu que dérouler le fil de la communauté française. Nous aurions aimé nous intégrer dans le milieu chinois. La prochaine fois, nous resterons plus longtemps ! Les expatriés français peuvent être caricaturaux : envoyés tous frais payés par leur multinationale pour trois ans, ils restent entre eux, mangent français, et se plaignent sans cesse de « tous ces Chinetoques » ! Heureusement, au cours de nos rencontres, nous découvrons ceux qui ont fait le choix de venir s'installer en Chine. Laurent admire les quinquagénaires arrivés à vingt ans en Chine et devenus millionnaires. Ils nous reçoivent dans leurs palais bourrés d'antiquités pour boire un thé aux chrysanthèmes. D'autres, plus jeunes, auraient envie de rentrer en France, mais ont peur de ne plus être adaptés à la vie occidentale.

Que font les épouses qui suivent leurs maris ?

Certaines apprennent le chinois et fréquentent le Chinese Culture Club, une association qui enseigne la culture chinoise aux expatriés. Cours de calligraphie, de chant, de cuisine, visites de musées et conférences. J'aurais adoré y aller tous les jours, mais le club était fermé pour les vacances de fin d'année ! D'autres femmes, plus actives, créent leur business. Une Américaine a lancé un guide de Shanghai au format de

cartes de visites. Les adresses y sont écrites en anglais et en chinois. Une Française, femme d'un directeur de Dior, s'est lancée dans la création de lampes chinoises – façon lanterne –, et leur apporte de surcroît la qualité et les couleurs du chic parisien. Une autre crée sa boutique de linge brodé sur mesure. Celle qui réussit le mieux vend aux touristes japonaises des écharpes en soie et cachemire…

Mes copines mariées à des Chinois

Caroline Puel est journaliste, correspondante de l'Asie pour *Le Point* et titulaire du prix Albert Londres. Elle nous invite à dîner avec son mari, Xin-Dong Cheng, marchand d'art contemporain chinois (voir N.I.B. page 55). L'impression d'être à New York ! Le restaurant où nous les retrouvons est en lui-même une œuvre d'art, de la nouvelle cuisine du sud de la Chine aux tableaux sur les murs. Pas étonnant, puisqu'il est tenu par de jeunes peintres au succès international. Je découvre Caroline et son style exquis, mi-occidental, mi-chinois : elle est magnifique, habillée en noir avec des touches soyeuses de couleurs vives. Elle nous ouvre son carnet d'adresses avec le naturel et la générosité de ceux qui aiment aider les autres. Et quel carnet d'adresses ! On se retrouve souvent pendant notre séjour. Leur maison est le salon qui compte à Pékin !

Sandrine Chenivesse, elle, est anthropologue. Elle effectue ses recherches dans la Vallée des Trois Gorges, qui sera inondée d'ici 2009 en raison de la construction du plus grand barrage du monde. Spécialisée dans le rapport entre le taoïsme, l'une des anciennes religions chinoises, et les morts violentes. Elle travaille sur les rites de deuils taoïstes, pour que les descendants des personnes décédées de « mal morts » puissent évacuer leurs problèmes. Elle nous présente à ses amis chinois, qui sont écrivains, réalisateurs et acteurs, dont les romanciers Acheng et Wang Shuo. Le mari de Sandrine, Jiang Wen, a gagné des prix à Venise et à Cannes pour son film *Les Diables à ma porte*. Ce deuxième film lui vaut d'ailleurs d'être interdit de tournage dans son propre pays.

Ces Françaises m'épatent : à vingt ans, elles sont parties à la découverte de la Chine et s'y sont installées. Belles, passionnées et fortes, elles

s'épanouissent entre deux cultures au contact de leur mari chinois. Une de leurs amies m'avoue tout de même que les choses se compliquent avec l'arrivée des enfants. La belle-mère chinoise, forte de quatre mille ans de traditions, tend à s'immiscer dans l'éducation des enfants.

« Le bonheur à la maison » ? Merci Carrefour !

Arrivée dans ce pays si différent, plongée dans la culture chinoise, sans en parler la langue, je perds mes points de repère avec l'argent. Ras le bol de me faire arnaquer chez les épiciers parce que je suis étrangère ! Pour eux, il est normal de faire payer le double ou le triple du prix aux « longs nez ». Il y a dix ans, il y avait encore deux monnaies en Chine et deux types de magasins. Les Chinois et les étrangers n'avaient pas le droit de se parler. Je me retrouve, comme en France, à aller chez Carrefour. C'est la veille du nouvel an chinois et c'est bondé ! Les Carrefour de Chine sont les plus fréquentés du monde. Je mets une heure pour traverser le magasin. Il est rempli de produits chinois. Des dizaines de sortes de vapeurs se vendent au kilo. Au rayon boucherie, je n'arrive à identifier que les pattes de poulets. Le vin rouge « Great Wall » – Grande Muraille – est surprenant. Le lendemain matin, c'est dans la tête que s'est construite la grande muraille ! En cherchant les céréales, nous trouvons au fond du magasin un rayon « spécial expatriés » avec des produits occidentaux et de l'alcool fort. À la caisse, mon caddie déborde, c'est vrai, il est petit par rapport aux caddies français. Mais j'ai honte en m'apercevant que ceux des autres sont presque vides. Carrefour a déjà une trentaine de supermarchés en Chine. En contrepartie, les Chinois demandent au distributeur français de fabriquer en Chine les produits qu'ils vendent partout ailleurs. Bien vu !

Le resto tous les jours

Dans mon rêve, j'allais apprendre à cuisiner des vapeurs aux crevettes. En pratique, à part des Tortellinis pour Edmond, je n'ai pas mis la main à la pâte. L'ahi nous prépare tous les jours une soupe au chou pour compenser le manque hivernal de vitamine C. Et nous allons sans cesse au restaurant. La difficulté, c'est de choisir les plats. Quand il n'y a

personne pour nous guider, Laurent passe de table en table et montre du doigt – ce qui n'est pas impoli là-bas – les plats qui le tentent. Quand on emmène Edmond, il peut renverser son riz par terre, les serveuses en sont folles… Je commande toujours plus de plats et les rapporte à la maison pour le repas suivant.

Taxi uniquement

Pour circuler dans Pékin, on n'utilise que des taxis. Facile, il y en a quatre-vingt mille ! Les compteurs modernes nous souhaitent la bienvenue en chinois et en anglais. À la fin du parcours, ils éditent un reçu avec le prix de la course. Pas d'entourloupe possible : tout est enregistré. Le seul problème, c'est la barrière de la langue. Nous trouvons une solution en téléphonant aux personnes chez qui nous nous rendons afin qu'elles expliquent elles-mêmes au chauffeur l'adresse et comment y aller. Mais pour rentrer à la maison, nous devons prononcer phonétiquement le nom de notre rue, parfois pendant plus de cinq minutes pour nous faire comprendre ! Deux fois, il nous est arrivé de donner une adresse de restaurant, trouvée dans un guide et écrite en chinois, et de nous retrouver devant le terrain vague d'un quartier détruit. La vieille ville évolue tellement vite !

J'essaie le tai chi

Je me mets au tai chi, comme tous les Chinois. Une prof vient trois fois par semaine à la maison. Au début, les leçons ont lieu dehors, mais il fait très froid, je supplie ma professeur de poursuivre dans l'appartement. Nous ne parlons aucune langue en commun, à part celle du corps. J'essaie d'imiter ses mouvements. C'est dur. Parfois, elle me prend la main pour la remettre dans la bonne position et je déteste ça ! Mais je suis fière de connaître quelques mouvements. Je frime devant Laurent quand la prof est partie : c'est plus facile de faire du faux tai chi !

Laurent nage

Tous les matins, Laurent prend l'ascenseur en maillot. La piscine de l'immeuble est grande et déserte, jamais plus de trois nageurs. Plus

Laurent avance dans ses longueurs de crawl, plus il avance dans sa tête. La structure du livre prend forme. La suite du tour du monde. Le retour en France. Au vestiaire, des Chinois abandonnent leurs serviettes par terre. Le personnel, habitué, est très courbé. Laurent dépose la sienne dans le panier. Un jour, il aperçoit le maître-nageur cracher dans la piscine !

Travailler à deux

Pour la première fois, Laurent et moi travaillons ensemble ! Bien sûr, ce projet de voyage, nous l'avons monté à deux, mais là, nous sommes sur le terrain, dans le vif du sujet ! En Chine, je suis intimidée par la différence culturelle et je n'ose pas appeler nos contacts, mais Laurent, lui, fonce ! Il prend les rendez-vous, s'occupe des déplacements, et nous y allons ensemble. Nous menons les interviews à deux et oublions parfois lequel d'entre nous doit prendre des notes ! Nous réfléchissons tout le temps à notre livre. Au bout de deux semaines, je m'aperçois que je n'ai pas pensé une seule seconde aux documentaires et au court métrage que je voulais réaliser. Impossible de dégager de l'énergie pour ces projets. Dommage… J'ai eu les yeux plus gros que le cerveau !

Edmond est une star !

Avec la politique de l'enfant unique, les Chinois adorent les bébés. Ils s'arrêtent dans la rue pour admirer Edmond, lui offrir des cadeaux ou lui caresser la main. Parfois, ils nous l'arrachent des bras ! La médecine chinoise est réputée : l'idée qu'Edmond puisse tomber malade à l'autre bout du monde ne m'a jamais inquiétée. Mais un jour, alors qu'il fait ses premiers pas, en chaussettes, il glisse et s'ouvre le front sur un coin de table. Laurent arrête le saignement grâce à des compresses et, sur les conseils de Caroline Puel, l'emmène aux urgences internationales pour lui éviter une cicatrice à la Harry Potter. Tous les étrangers, même intégrés, vont consulter les médecins… occidentaux ! Le médecin de l'ambassade de France, responsable de la santé de tous les Français de Chine, est débordé !

Ça commence bien avec Stéphanie

La journée, Stéphanie emmène Edmond faire du tourisme. Ils auront tout vu de Pékin ! Quand je lui demande si ça ne l'embête pas de monter toutes les marches de la Cité interdite avec la poussette, elle répond qu'il y a toujours quelqu'un pour l'aider et que, au contraire, elle est contente d'être avec Edmond, il lui tient compagnie. Elle n'oserait jamais faire tout ce qu'elle fait si elle était seule ! J'ai une totale confiance en elle. Je sais qu'elle retrouvera toujours son chemin et qu'Edmond sera toujours en sécurité.

Nous la remercions tous les soirs de nous permettre de sortir en acceptant de garder Edmond, même si dans son contrat, il était convenu qu'elle ne soit « d'astreinte » que deux soirs par semaine. Ça l'arrange aussi, car elle peut parler à sa famille tranquillement. Très douée en informatique, elle arrive à téléphoner en passant par Internet ! Elle a même enregistré sur son disque dur des dessins animés pour Edmond. Le week-end, elle en profite pour dormir tard, mais Edmond l'aime tellement qu'il va la réveiller !

C'est de la soie, ça ?

Laurent est réticent, côté shopping : il a peur que j'accumule des tonnes de trucs qu'il faudra ensuite transporter durant notre long voyage. Tant pis ! Stéphanie me fait découvrir le « marché de la soie » – en fait, le marché de la copie ! Elle y achète des chemises « Ralf Lauren », des vestes polaires « North Face » et des mules « Burberry ». Je craque pour une veste chinoise en soie épaisse que je ne quitte pas de l'hiver et pour Edmond, des habits de petit empereur en soie verte. J'achète aussi des nappes en espérant qu'il ne s'agisse pas de polyester. Je trouve enfin des portraits d'ancêtres au dernier étage du Hon Kiao Market, le marché des perles. Des tableaux dont je rêve depuis que je les ai vus chez des amis à Paris. Certaines toiles présentent des lignées d'ancêtres insensées et comiques tant ils sont nombreux. Vrais ou faux ? Je m'en fous : désormais, on a nos ancêtres chinois ! Laurent tombe amoureux d'un tigre en argent, vieux de plus de deux mille ans, symbole de force. Il le trouve chez un antiquaire « où tout est authentique ».

Il m'offre un éléphant en bois, symbole du bonheur, doré à la peinture acrylique « vieux de trois cent cinquante ans ». Hum… Mais je l'aime !

Au revoir !

Impossible de partir sans remercier toutes les personnes qui nous ont accueillis. Nous organisons un cocktail. Tout le monde vient ! Même l'ambassadeur de France ! La soirée se termine vers minuit autour d'un dîner improvisé à la maison grâce au restaurant de l'immeuble qui nous a livré une fondue chinoise. Nous avons désormais un lien avec cette ville. Et des amis. Fascinés par l'écriture chinoise et par cette civilisation de quatre mille ans, dont nous ignorons encore tout, mais c'est promis, dès le retour, nous allons nous y plonger et serons prêts à revenir. Un ami nous conseille *L'Histoire de la pensée chinoise* d'Anne Cheng. J'aimerais aussi apprendre le chinois, mais j'ai déjà tellement de mal à me souvenir du mot « merci » que ça tombera sur Edmond ! Ça sera bien plus facile pour lui ! Il pourra revenir avec ses vieux parents !

SHANGHAI
février 2003

Le lieu de tous les business

Quel chantier !

Encore un chauffeur qui nous attend à l'aéroport! À Shanghai, nous sommes en famille. Mon grand-père Yvon Segalen y a travaillé à la banque de l'Indochine, ma mère, Anne, y est née et Michel et Anne-Marie, qui nous accueillent, sont des membres éloignés de la famille. Ils vivent au Château: une résidence de soixante maisons avec un loyer de 15 000 euros par mois: les multinationales ne lésinent décidément pas sur le confort de leurs dirigeants expatriés. Mais Michel en profite rarement. Patron pour l'Asie d'un groupe français, il bosse comme un fou et dort plus souvent à l'hôtel que chez lui. Anne-Marie nous fait découvrir Shanghai et ses autoroutes superposées, dont la plus rapide est réservée aux seules voitures originaires de la ville. Jamais vu autant de grues: 75 % des grues du monde entier sont à Shanghai, le plus grand chantier de la planète.

Quelle énergie! Même dans les rendez-vous. On appelle le matin et on se voit l'après-midi même ou le soir pour dîner. Les businessmen ont plusieurs cartes de visite, une par société. Il ne faut pas la mettre dans sa poche mais prendre le temps de l'admirer et d'être impressionné par les hautes fonctions de son interlocuteur.

La mission économique

Une femme extraordinaire nous accueille à la mission économique de Shanghai. Isabelle Fernandez est énarque. Elle aide les entreprises françaises à s'implanter dans la région de Shanghai. Elle les aide vrai-

ment. Comme une mère apprend à marcher à ses petits. C'est une fonctionnaire modèle qui a reçu la même certification ISO que les entreprises privées pour la qualité de ses services. Une fonctionnaire moderne qui n'hésite pas à parler de ses « clients ». Son activité progresse de 35 % par an depuis 2000. Signe que les Français s'activent en Chine. @

Haier, Huawei, Yu Sai Kai, Legend…

Ce sont respectivement les leaders chinois de l'électroménager, des télécoms, des cosmétiques et de l'informatique. Des entreprises nées il y a seulement dix ou vingt ans. Huawei est une success story, symbole du dynamisme et de la puissance chinoise. Avec 3000 d'euros en 1988, le fondateur a construit un empire de 3 milliards euros et de vingt mille employés aujourd'hui. C'est un concurrent terrible d'Alcatel sur le marché des composants télécoms. Son secret ? Il se positionne sur des produits de qualité, à des prix très inférieurs à ceux pratiqués par ses concurrents. Ses investissements en recherche et développement sont énormes. L'Américain Cisco lui a intenté un procès en 2003 pour vol de propriété intellectuelle, et Alcatel le surveille de près ! Mais nul ne peut plus l'arrêter désormais…

Souriez, vous êtes mariés

En me promenant avec Anne-Marie, un dimanche, nous nous arrêtons devant une vitrine, étonnées de voir une centaine de couples consulter des albums de photos. Ils préparent leur mariage et veulent des photos dignes des magazines de mode. Ils choisissent styles, tenues et décors. Robe longue sur une plage exotique. Mini-jupe cuir sur le capot d'une Rolls. Tango sur une piste de danse. La séance photo dure toute la journée dans le studio. Comme des mannequins professionnels, les couples s'habillent et se maquillent plusieurs fois de suite. Les photos sont ensuite retouchées. Tailles amincies, boutons et rides effacés. Les portraits sont alors vendus grandeur nature dans des cadres dorés. Moi aussi j'en veux une !

Un champion de kung fu… africain

Nous rencontrons Luc Bendza, le premier maître africain de kung fu – Wu Shu en chinois. Il est de passage à Shanghai pour tourner un film. Au restaurant, Laurent et moi dévorons un repas pantagruélique. Luc, lui, se contente de trois crevettes et trente grammes d'épinards. « Ça me suffit. À Shaolin, on mange juste deux petits pains et un peu de légumes tous les jours. » À douze ans, Luc découvre le kung fu dans les films de Bruce Lee. Il vit à Libreville, au Gabon, et il rêve d'apprendre la discipline de son héros. Il débarque à Pékin en 1983. Depuis des millénaires, les moines du temple de Shaolin se transmettent les secrets de cet art. Luc est le premier étranger accepté à Shaolin. Il a treize ans. Tous les jours, à 5 heures du matin, il imite les mouvements du vieux maître à la barbe et aux cheveux blancs. Le maître ne lui adresse pas la parole pendant six mois. Un jour, il s'approche et corrige simplement la position de son poignet. Plus tard, Luc remporte l'épreuve du sabre long aux championnats du monde. Et, depuis, comme Bruce Lee, Luc fait désormais du cinéma. Il a tourné dans une dizaine de films d'action et est connu dans la Chine entière.

À la fin du repas, Laurent lui demande comment manger moins, vivre jusqu'à cent ans et rester en bonne santé. « Mon très cher frère, c'est simple : reste en contact avec la nature, le ciel, l'eau et la terre. » En plein restaurant, Luc passe de la parole aux actes : il fait une démonstration de la position du Lion. Vous pliez légèrement les jambes, vous baissez le poids du corps et vous écartez les bras. Ouf, ça va déjà mieux. Je sens l'énergie circuler dans tout mon cœur. Enfin prête pour Shaolin ! @

Les psys en Chine auraient du boulot !

L'approche psy n'existe pas dans la tradition chinoise. Il n'y a pas de « Moi ». L'individu n'existe qu'à travers le groupe, jamais pour lui-même. Or, comme tout le monde, les Chinois ont des problèmes ! Quand la psychanalyse va débarquer, ça va cartonner ! À la condition de maîtriser en plus des traditions comme le taoïsme et l'acupuncture. Actuellement, l'exercice en cabinet n'est pas réglementé et les hôpitaux ouvrent les bras aux spécialistes étrangers.

Best-seller humanitaire

Pendant un voyage dans les campagnes chinoises, Pierre Haski, le correspondant de *Libération* en Chine, rencontre Ma Yan, une petite fille dont les parents sont trop pauvres pour lui payer l'école. Ma Yan lui fait lire son journal intime. Le journaliste le publie dans *Libération*. Il reçoit des dizaines de lettres de personnes voulant aider la petite. *Le Journal de Ma Yan*, publié chez Ramsay, est ensuite édité dans vingt pays. À sa majorité, Ma Yan découvrira qu'elle possède une petite fortune car elle touche la moitié des droits. En attendant, elle est retournée à l'école. Pierre Haski a créé une association pour scolariser d'autres fillettes de cette province très pauvre, située au sud du pays. Je pleurais à chaque page et n'ai pas pu le terminer. Pierre Haski m'a poussée à lire les dernières pages… puisque ça se termine bien.

Grisés par la bulle

Notre image de la Chine a radicalement changé. Avant le départ, j'imaginais les clichés, mélange du *Dernier Empereur*, d'uniforme maoïste et d'enfants exploités dans les usines à jouets. Laurent, de son côté, était venu en 1990 : manque de bol, c'était durant les années de « fermeture politique », consécutives aux événements de la place Tienanmen. Il en gardait un souvenir de tristesse et de dureté.

Aujourd'hui, ce que nous avons découvert durant notre court séjour, c'est le nouveau visage de ce pays, la Chine qui s'enrichit, entre business et croissance effrénée. L'effervescence de l'économie nous rappelle les spéculations de la bulle Internet que l'on a connue à Paris. Jusqu'à quand durera-t-elle ? En tout cas, aujourd'hui, c'est en Chine que ça se passe !

Les N.I.B. en Chine

Partir pour s'épanouir

C'est le paradoxe du voyage. Notre itinéraire commence en Chine. Or, une économie aussi jeune ne peut produire des business inédits pour l'Occident. C'est plutôt l'inverse. Pour se rattraper, la Chine copie nos marques et produits ! Alors, lorsque nous demandons « Quelles sont les N.I.B. chinoises qui n'existent pas en France ? », tout le monde rigole. En revanche, nous rencontrons en Chine des Français qui connaissent des réussites spectaculaires.
Leur secret, c'est qu'ils y importent justement des business inconnus mais nécessaires. En fait, les vieilles idées de business occidentales deviennent en Chine des N.I.B. fructueuses.
« ***S'expatrier*** » en Chine ! C'est bien la tendance dominante.
Mais, ce n'est pas de tout repos. Certains compatriotes comme le « ***petit futé chinois*** » ont galéré à leurs débuts. D'autres ont immédiatement trouvé leur voie, comme le « ***roi de la salade*** ».
Les Chinois sont avides de méthodes occidentales, c'est ce qu'ont compris les « ***consultants à la chinoise*** ». Les débuts prometteurs de « ***l'art made in China*** » ressemblent à une bulle spéculative.
Dans ce Far East du business, nous rencontrons des cœurs généreux.
Comme ce « ***millionnaire en euros, humanitaire en vélo*** » ou notre coup de cœur : « ***la maison de retraite et l'orphelinat*** ».
La Chine s'est réveillée pour de bon et elle construit directement des « ***immeubles services compris*** ». Dans cet empire en révolution permanente, tout est encore à faire. C'est ce que prouvent aussi les « ***autres N.I.B. chinoises*** ».

Le petit futé chinois

L'heure passée avec Fabrice Splinder me donne de l'énergie pour un mois. À vingt-huit ans, il s'est sorti tout seul du chômage en France pour devenir vendeur à succès en Chine. Maintenant, son objectif c'est « le million » ! Ce petit futé est un grand rusé.

Fabrice nous offre le champagne au bar du luxueux China Hôtel de Pékin. Il vient de réussir le meilleur coup commercial du *petit futé* dans le monde : une commande de Volkswagen, de cinquante mille guides touristiques de la Chine destinés aux Chinois pour un total de 350 000 euros. Fabrice diffuse des supports de communication inédits ici. Guides touristiques aux couleurs des grandes marques, revues pour compagnies aériennes, magazines et DVD urbains. Il a mille idées qu'il vend sans complexe.

Pour moi, vendre quelque chose aux Chinois, les meilleurs commerçants du monde, ce serait mission impossible. Et pour Fabrice ? « Avec de la psychologie, on y arrive. J'écoute mes clients. Ils veulent se distinguer de leurs concurrents. Je me creuse la tête pour leur trouver des solutions innovantes. » Fabrice débute ses tribulations en Chine à vingt-deux ans. Il vend des crèmes de beauté. À l'époque, il ne sait pas encore parler chinois. « Les Chinois aiment le culot. Je leur disais que c'était la meilleure crème du monde. Et que s'ils ne l'achetaient pas, je la vendrais à leur concurrent. » C'est très mal payé, mais il s'accroche et enchaîne job sur job. Il vend de tout : climatiseurs, montres, objets publicitaires, casquettes… Son salaire mensuel passe de 500 à 2 500 euros. Et puis bingo, la rencontre de sa vie ! En 2000, Dominique Auzias, le fondateur du *petit futé*, se positionne sur le marché chinois, qui représentera en 2020 quelque 200 millions de touristes. L'entrepreneur cherche un commercial pour la Chine. Il craque pour

Fabrice et lui propose un deal en or : 50 % d'une société commune, 12 000 euros d'investissement et un salaire. Dès les quatre premiers mois, Fabrice engrange 100 000 euros de chiffre d'affaires !
Le jeune aventurier a quitté le sud de la France après un DUT de mécanique et cinq cents lettres de candidature envoyées en vain.
À l'étranger, il prend la mesure de son talent. « En France, je n'étais rien. Ici, je suis quelqu'un. J'aime me sentir étranger dans un pays. »
Fabrice n'en oublie pas pour autant ses origines modestes.
« Je me bats pour ma famille » nous dit ce coriace au cœur tendre.
Il a déjà offert un appartement à ses parents et prévoit d'acheter un restaurant pour sa sœur. Dans le business, ce n'est plus un touriste !

Le roi de la salade

Xavier Naville m'impressionne. À trente-trois ans, ce Marseillais est devenu numéro 1 de la salade en Chine en seulement trois ans. Il fournit les six cents restaurants KFC et les supermarchés Carrefour. Et son business marche à la baguette.

Xavier nous invite dans un restaurant de Shanghai, une ancienne usine reconvertie dans la fusion food asiatique. Jane, son épouse, une journaliste coréenne, fait ses relations publiques : « Xavier est un œuf, moi une banane. Il est blanc à l'extérieur et jaune dedans ! Il est devenu Chinois. Moi, c'est l'opposé : je suis blanche dedans et jaune à l'extérieur. »

Quand la chaîne de fast-foods Kentucky Fried Chicken démarre ses opérations en Chine avec soixante restaurants, elle cherche de la salade pour accompagner ses poulets frits. Xavier Naville est alors responsable financier en Chine d'une grande société européenne, Eurest.

Il est arrivé trois ans plus tôt, avec un diplôme de l'ESC Lille.

Xavier flaire l'opportunité : produire de la salade de qualité en quantité et avec une main-d'œuvre bon marché. Or, son employeur, Eurest, veut arrêter l'activité. Pour Xavier, c'est la chance de sa vie.

Il réunit une équipe, trouve des capitaux, rachète la société et lance sa marque, Creative Food. Trois ans plus tard, il fournit le fleuron de la grande distribution occidentale en Chine (Carrefour, Auchan, Wallmart, Metro, KFC) ainsi que des dizaines d'enseignes chinoises. Le chiffre d'affaires atteint 6 millions d'euros, avec un bénéfice confortable.

Pour en arriver là, il en a bavé et a failli se faire virer par un Américain… qu'il avait recruté pour le seconder. Mais Xavier s'est battu.

Et l'Américain est parti. « Aujourd'hui, tout passe par moi. Le gentil Xavier, c'est fini ! » Pour satisfaire les critères de qualité des restaurants

KFC, il impose une production ultra moderne. Approvisionnement dans les champs de son entreprise ou ceux de ses fournisseurs. Conditionnement dans deux usines. Livraison des légumes en camion réfrigéré. Xavier s'est métamorphosé en patron de cinq cent cinquante salariés. Non content d'être le leader de son marché, Xavier se diversifie. Exportation au Japon et en Corée. Lancement de nouveaux produits : carottes, choux et poivrons sous emballage plastique.

Pour tenir, Xavier suit les conseils de Jane. Sportive, elle l'entraîne tous les matins au triathlon : marathon, vélo et natation... en attendant de se faire racheter ou d'entrer en bourse ! Car Xavier ne perd jamais ses réflexes de financier.

Consultants à la chinoise

J'aime la façon dont ces entrepreneurs qui avaient déjà réussi en Europe ont intégré la culture chinoise. Leur patience m'impressionne. Au départ ils investissent, sans rien gagner. Pendant trois ans, ils cherchent le bon modèle économique. Et ils le trouvent ! Canh Tran et Patrick Vilespy conseillent les nouveaux empereurs chinois du textile. Fini le boulier, place à la gestion rationalisée… C'est pourtant pas chinois !

Patrick et Canh insistent pour nous recevoir dans leur appartement. Leur balcon surplombe les plus beaux monuments de Pékin, la Cité interdite, la place Tienanmen, le Palais du Peuple et le chantier du futur opéra. Ici, pour réussir, il faut soigner les apparences. « Chaque entreprise locale est sollicitée par des dizaines d'étrangers. Il faut montrer que vous avez les moyens et que vous êtes là pour durer. » En seulement deux ans, leur société, Design Zone, réalise 3 millions d'euros. Leur idée ? Aider les patrons des empires du textile récemment créés à rationaliser leur gestion. Et du travail, il y en a !

Depuis que les Chinois quittent leur uniforme unique – la veste Mao – les cinquante mille entreprises textile du pays fleurissent.

Les plus importantes de ces entreprises font appel aux deux Français. L'une, seulement âgée de six ans, fabrique pour 300 millions d'euros de survêtements ; une autre, dix millions de paires de jeans ; une troisième possède deux mille boutiques de costumes.

Le problème, c'est que leurs patrons ont peu de notions rationnelles de gestion. Ce sont d'anciens tailleurs, instituteurs ou fonctionnaires qui se sont retrouvés à la tête d'empires du jour au lendemain.

Les collections s'enchaînent, puis se soldent avec 80 % d'invendus.

Les sociétés perdent de l'argent et se couvrent de dettes.

C'est là où Patrick et Canh interviennent, pour remettre de l'ordre.

Avec eux, les collections s'harmonisent, les produits ont une vraie durée de vie, l'achat des matières premières et l'espace des magasins s'organisent. Les ventes augmentent, la trésorerie se redresse, les dettes sont remboursées. Et les Français empochent une commission sur la croissance du chiffre d'affaires. « On travaille à la chinoise, sept jours sur sept. De 8 à 22 heures, ensuite c'est dîner et karaoké avec les clients ! C'est la seule façon de gagner leur confiance. Encore quelques années à ce rythme et ce sera la retraite en Thaïlande ! »

L'art made in China

Xin-Dong Cheng est le premier marchand d'art contemporain en Chine. La cote de son écurie d'artistes a été multipliée par quarante ces dix dernières années ! C'est déjà trop cher pour moi ! Dommage, on a eu le coup de foudre pour certaines toiles.

« N'insiste pas, tu lui ferais perdre la face. » Caroline Puel, l'épouse de Xin-Dong Cheng, me déconseille de régler l'addition. C'est pourtant la deuxième fois qu'il nous invite au restaurant. Xin-Dong est généreux. Sa maison est le salon qui compte à Pékin. Il a appris l'art contemporain et celui des relations publiques à la Galerie de France à Paris. Xin-Dong arrive en France en 1989. Il vient de quitter son pays, la veille des événements de Tienanmen, pour des raisons politiques. Il voyage en train, descend se dégourdir les jambes à la gare de Varsovie, mais s'attarde à la buvette… le train repart sans lui, avec ses bagages et son portefeuille. Il débarque finalement Gare de l'Est avec 100 dollars. Direction la Sorbonne, pour apprendre le français, et le Théâtre des Bouffes du Nord, pour gagner un peu d'argent. Là, il rencontre la directrice de la Galerie de France : l'ancienne épouse d'André Rousselet change sa vie en le prenant en stage dans sa galerie d'art contemporain. Il organise les premières expositions croisées d'artistes français en Chine et d'artistes chinois en France.

Quand Xin-Dong retourne à Pékin, il découvre les artistes de son âge qui partagent un même idéal : la liberté sans oublier la culture chinoise. Mais ces artistes n'arrivent pas à vendre. Xin-Dong les fait sortir de Chine. Grâce à son talent et à ses relations, il lance la mode de l'art contemporain chinois en France et en Europe. Il gère aujourd'hui une écurie d'une trentaine d'artistes, se paie en commissions sur les ventes

et se constitue une collection personnelle inestimable. La cote de ses amis s'envole : Zhang Xiao Gang, l'auteur des *Camarades*, des visages d'enfants aux yeux nostalgiques de ceux qui ont connu l'horreur collectiviste : 200 euros en 1993… 60 000 euros aujourd'hui, avec une liste d'attente de six mois à deux ans. Feng Zhengie, lui, peint des fashion victims aux yeux de mutants et à la plastique trop parfaite pour être réelle : 800 euros en 1993… 25 000 euros en 2003. « Ce n'est que le début. Le seul équivalent, c'est l'Amérique des années 60. Celle d'Andy Warhol ou de Rochenberg. En Chine, ça va encore plus vite » s'enflamme Xin-Dong qui a mille projets en tête. Son défi des dix prochaines années : éduquer le marché chinois à l'art contemporain pour que les œuvres des Chinois restent également dans leur pays d'origine. Pour l'instant, les millionnaires découvrent encore l'art occidental. Il vient d'ailleurs de vendre à un commerçant de Shanghai un pouce de César et une reproduction du *Penseur* de Rodin, 1 million d'euros. Ça fait réfléchir…

Millionnaire en euros, humanitaire en vélo

À Shanghai, je tombe fasciné devant Christophe Peres. Pour moi, c'est un modèle de réussite. Après avoir gagné 5 millions d'euros, il parcourt 12 000 kilomètres en vélo et collecte 300 000 euros pour sauver des enfants cardiaques. Son livre est un best-seller en Chine. Et le business, ça roule.

Ce gaillard de trente-six ans est né à Bagnères-de-Bigorre et a été élevé à Tahiti. Visage ouvert et queue de cheval, il cultive un look à la Corto Maltese… blond. École de commerce en France. Dix ans au Japon dans la pub. En 2000, il revend les parts de sa société de marketing. Il quitte le Japon en crise pour la Chine en croissance et s'installe à Pékin en famille. Après des cours de langue intensifs, il découvre la Chine en vélo : six mois du Tibet à Shanghai. « Je voulais être utile. L'exploit sportif égocentrique, c'est con. » Christophe construit un projet humanitaire. Il vend chaque kilomètre de son parcours à des sponsors. Il donnera l'argent à un hôpital de Shanghai. Son projet séduit des entreprises étrangères. Il lève 300 000 euros pour financer trente opérations du cœur chez de jeunes enfants. Son exploit fait la une des médias. Les télés l'attendent à chaque étape. Son carnet de route est un succès. Sa rencontre la plus extraordinaire ? Une Allemande aveugle de trente-deux ans, Sabrié, qui a traversé la Chine pour ouvrir la première école du Tibet destinée aux jeunes aveugles. Aujourd'hui, Christophe poursuit sa double vie.

Côté business, il transforme des maisons coloniales en boutiques de luxe qu'il louera à prix d'or. Côté humanitaire, il prépare un nouveau projet. Pédaler de Shanghai au Tibet par la route du Nord. Pour réunir

3 millions d'euros destinés aux enfants malades. Le point commun entre ses deux vies, c'est l'argent. « L'argent, c'est le plus important. C'est la source d'énergie qui permet de réussir dans les affaires comme dans la solidarité. Mais, il faut bosser dur » s'enflamme-t-il en tapant du poing sur la table. Christophe Peres a trouvé son équilibre entre business, solidarité et aventure. C'est un millionnaire d'un nouveau type.

N.I.B. éthique

Utopie : La maison de retraite et l'orphelinat

À Pékin, on nous raconte l'histoire d'une maison pour retraités qui héberge des orphelins. Ils s'adorent et retrouvent goût à la vie. Je comprends que les N.I.B. peuvent sortir du business pur. L'innovation et le dynamisme sont partout. Je m'ouvre aux nouvelles idées humanitaires et sociales.

Lorsque je l'appelle, Marcel Roux, fondateur de l'association DaTong, est au large du Mozambique en pleine mer ! À cinquante-quatre ans, ce médecin gagne sa vie sur les plates-formes pétrolières. C'est Charlotte, sa femme, et leurs deux enfants qui nous reçoivent dans un appartement du quartier diplomatique de Pékin. En 1999, Marcel dirige Médecins Sans Frontières en Chine. Il voyage souvent dans l'ouest du pays. Il rencontre un groupe de retraités porteur d'une idée étonnante : accueillir des orphelins dans leur maison de retraite.

Le docteur démissionne aussitôt de MSF pour créer l'association DaTong, qui financera le projet. Les campagnes chinoises sont délabrées, les habitants sans protection sociale. Les orphelins et les vieux en sont les populations les plus fragiles. D'un côté, 132 millions de Chinois ont plus de soixante ans et 25 % d'entre eux vivent seuls car les maisons de retraite sont rares. De l'autre, la pauvreté et les accidents de travail génèrent des orphelins. Comme l'État ne s'en occupe pas, ils se retrouvent seuls dans les rues. L'idée est de les réunir dans une même maison. Chacun y a sa propre chambre mais tous se retrouvent pour les repas et les loisirs. Et le miracle se produit : les uns ont besoin des autres. Les vieux retrouvent un sens à leur vie. Ils prennent soin des petits, les poussent à retourner à l'école, les aident à réviser leurs leçons, leur transmettent leur passion du jardinage et du tai chi. Les enfants

retrouvent une famille, des adultes protecteurs, un cadre chaleureux où ils peuvent grandir tranquillement. Qiang Mingxia, une adolescente de quinze ans, témoigne : « C'est le village des "trois beaucoup". Beaucoup de grands-pères et de grands-mères.
Beaucoup de frères et sœurs. Et, beaucoup d'amour. » L'une des grands-mères ajoute : « Ces enfants sont extraordinaires. Je suis plus proche d'eux que de mes propres enfants qui m'ont laissée tomber. »
Hélas, de retour à Paris, Charlotte annonce que le projet tombe à l'eau. La maison de retraite est en quasi-faillite. Une partie du personnel est licencié. Les retraités fondateurs sont partis, remplacés par des personnes plus âgées, séniles et malades. Seule bonne nouvelle, les premiers enfants devenus adultes sont partis étudier ou travailler. Le couple français garde espoir et engage DaTong dans de nouvelles directions. L'association finance les frais scolaires d'une dizaine d'orphelins, hébergés chez leur famille proche. En attendant de relancer une nouvelle version du projet de départ. On peut les aider dès maintenant :
charlottecailliez@hotmail.com.
La maison de retraite et l'orphelinat, on y a cru. C'était notre coup de cœur. D'autres y parviendront peut-être. C'est une belle idée.
Mais, parfois, ça ne suffit pas.

N.I.B. de crise

L'immeuble services compris

■

Après un mois dans notre immeuble de Pékin, je rêve de trouver autant de services à Paris ! C'est tellement pratique de disposer d'une piscine, d'une salle de jeux, d'un plombier… en bas de chez soi.

À Pékin, nous dormons dans une N.I.B. C'est un immeuble de bien-être. Une salle de gym équipée. Un petit supermarché pour les produits d'urgence. Un restaurant quand on a la flemme de cuisiner. Un pressing à domicile. Et tous les techniciens pour réparer dans l'heure machine à laver, réseau Internet, électricité, etc.

Cette nouvelle tendance de l'immobilier de services vient des États-Unis. La Chine qui se construit à pas de géant s'offre donc ce qu'il y a de mieux. Et les Chinois construisent les tours sur ces nouvelles normes. Certes, seule une minorité de Chinois peut se payer un appartement dans cet immeuble… mais une « minorité de Chinois », ça fait quelques dizaines de millions de personnes. Nos trois tours de 24 étages construites en 2001 sont complètes. Les 300 appartements sont tous vendus ou loués. Un 200 m² coûte 300 000 euros. L'accès aux services est facturé en sus. Dans la salle de jeux, Edmond joue aux Lego avec une petite Chinoise. C'est la fille de notre voisin. Un architecte de quarante-trois ans qui travaille dans un cabinet important. Il gagne suffisamment sa vie pour avoir obtenu un crédit et acheté son appartement de 100 m² au 24e étage de l'immeuble : c'est un nouveau « Chinois moyen ».

Pour que le modèle de l'immeuble de services marche, il faut construire des bâtiments assez grands pour amortir l'investissement supplémentaire sur plusieurs appartements. Ensuite, l'accès aux équipements est facturé comme dans un club de sport. Sauf que c'est à la maison !

Autres **N.I.B.**

Autres N.I.B. chinoises pour rester en France...

Accueillir les touristes chinois

Aujourd'hui, entre deux cents et trois cent mille Chinois visitent la France. Leur circuit se limite à Paris, au Moulin Rouge, aux boutiques Vuitton et aux Champs-Élysées... En 2010, ils seront 30 millions !
Les Chinois aiment voyager en groupe, manger chinois, acheter des produits adaptés à leurs envies, et dont les modes d'emploi sont traduits en chinois. Il faut leur inventer des circuits, des guides, des brochures... et des souvenirs « made in France » !

Drôles de N.I.B.



Le commerce équitable… pour chiens

Les chiens et les chats qui ne finissent pas dans l'assiette, c'est nouveau en Chine ! Et ça fait fureur. Dans l'ancienne concession coloniale de Shanghai, je tombe sur des vêtements Companion Road.
C'est une marque de commerce équitable pour chiens. On peut offrir à son chien un « marcel » pour l'été ou un tee-shirt de joueur de basket, et à sa chienne une robe à fleurs. Une partie du prix est reversée à la SPA locale. C'est le commerce équitable pour chiens !

Le business des parapluies

C'est drôle, l'incroyable business autour du parapluie. Comme les séchoirs pour parapluie. À l'entrée d'un restaurant ou d'un magasin, on passe rapidement son pépin dans un séchoir. S'il ne sèche pas complètement, on peut utiliser des longs filets en plastique. Comme des préservatifs géants. Très pratique aussi : le parking à parapluies. Une grande boîte avec des petits casiers individuels fermant à clés pour ne pas se les faire voler !

Japon

(Tokyo)

20 février-1er mars 2003

Une énergie débridée malgré la crise

« Tout est pensé au plus juste,
du design au service ! »

CHINE & LAURENT

LE JOURNAL
DE CHINE AU JAPON

Venir au Japon, oui ou non ?

Notre séjour au Japon m'inquiète : nous allons y rester dix jours. Trop court pour s'acclimater, travailler et en profiter. Laurent tenait à cette escale, dans notre tour du monde, il trouvait dommage de ne pas s'y arrêter car le Japon est situé pile entre la Chine et l'Australie. Comble de malchance, il devra repartir aussitôt en France ! En plus, j'ai eu le plus grand mal à trouver un appartement. Impossible de faire un échange, car les Japonais ne laissent pas les inconnus entrer chez eux. Finalement, la mère de Stéphanie a trouvé un couple d'expatriés prêt à nous accueillir. J'ai hésité avant de venir, aussi, j'ai lu ce livre qui m'a donné envie de découvrir ce pays ! C'est la saga familiale d'une famille japonaise pendant la première moitié du XXe siècle. J'ai appris qu'un kimono pouvait durer toute une vie. Mais il faut le découdre avant de le laver. Que le sushi est un plat de fête. Que malgré les ravages de la Seconde Guerre mondiale, l'empereur et l'armée ont persévéré jusqu'à l'aveuglement. Et comment le Japon s'en est sorti pour devenir la seconde puissance mondiale. Ça s'appelle *La Saison des cerisiers en fleurs*, de Ruriko Pilgrim. Alors on y va et on va se débrouiller !

L'arrivée

À notre arrivée à l'aéroport de Tokyo, nous avons soudain la vision de la France en 2020. Il y a des vieux partout ! Logique, les Japonais ont la plus grande espérance de vie au monde. Nos bagages nous attendent sur deux chariots devant le tapis. Quel accueil ! Ils sont gardés par des

porteurs de plus de soixante-dix ans. Nous apprendrons plus tard que beaucoup de Japonais âgés travaillent : ceux qui n'ont pas assez cotisé pour s'arrêter et ceux qui sont bénévoles pour faire du baby-sitting ou des métiers de proximité : orientation, circulation routière, guide de musées…

Quand le taxi nous dépose à la gare de Shibuya, autre vision du futur : nous avons l'impression que chaque mètre carré de Tokyo a été pensé et construit à la perfection pour gagner le plus d'espace. 30 millions de Tokyoïtes vivent ainsi les uns sur les autres. Au feu rouge, une marée humaine traverse les clous.

Squatter chez des inconnus

Pierre et Marie sont fantastiques de nous avoir invités sans nous connaître ! Nous nous entassons tous les quatre dans la chambre d'ami. Edmond dans son lit de bébé, Laurent par terre et Stéphanie et moi chacune dans un petit lit. Pas facile de passer de la villa de Shanghai à un appartement de 50 m². Notre promiscuité est à l'image de la vie au Japon, mais nous n'y sommes pas habitués ! Comment rester dix jours sans déranger nos hôtes ? Je suis gênée de m'imposer avec Edmond, qui cavale partout à quatre pattes et n'a qu'une envie, c'est d'escalader les tables basses en verre et les étagères en fer forgé ! Il a besoin de se défouler, et dehors, il fait tellement froid qu'il ne peut pas y rester longtemps. Pourtant, la situation ne le dérange pas : il fait ses premiers pas tout seul, dans le plus vieux jardin de Tokyo, à peine tenu par la capuche de son dufflecoat !

Judith me fait découvrir Tokyo

Le lendemain de notre arrivée, Laurent a organisé un déjeuner avec la fille d'amis de ses parents. Quand je rencontre Judith à la station de métro Harajuku, le quartier où les jeunes sont déguisés en héros de jeux vidéo, je me sens tout de suite des atomes crochus avec elle. Elle tient par la main l'une de ses filles de mauvaise humeur. Judith est vite touchée par notre situation : « Venez à la maison, on a une chambre pour vous et mon mari adore recevoir des amis. » Vraiment ? Mais on ne se connaît pas et on est encombrant ! « Ne vous en faites pas ! » Laurent,

Edmond et moi déménageons le lendemain. Stéphanie reste chez Pierre et Marie, heureuse d'avoir sa chambre à elle. Je me sens gênée de les quitter, mais c'est pour notre bien à tous. Chez Judith, son mari Meir et leurs trois enfants, j'ai l'impression d'être en famille. Il y a des miettes partout, l'Internet haut débit et du Kiri dans le frigidaire. Meir est israélien et diamantaire. Judith est directrice juridique d'une société d'importation de produits de luxe français. Elle est en congé de maternité : son dernier bébé a deux mois.

Mauvaise nouvelle

Le lendemain, mauvaise nouvelle : la grand-mère paternelle de Laurent vient de mourir. Nous sommes sous le choc. Laurent va rentrer à Paris. J'aimerais l'accompagner, mais pendant la nuit, Edmond se réveille en hurlant. « C'est une otite » diagnostique Judith. Laurent part pour l'aéroport tandis que Judith m'emmène avec Edmond chez sa pédiatre japonaise. Pendant qu'elle examine Edmond, une assistante le distrait. Ça marche, il ne s'agite pas trop ! Il repart avec des antibiotiques et un ballon de foot en cadeau !

C'est la course

Comment faire pour trouver des N.I.B. en dix jours ? Sans Laurent et avec Edmond malade ? Judith me fait visiter la ville et Stéphanie s'occupe d'Edmond. Je suis guidée par notre interprète, Nobuco @. Nous trouvons deux informateurs : David Barrou, le correspondant du quotidien économique français *Les Échos*, nous invite à dîner autour de sa table chauffante ; Étienne Barral @, rencontré sur Internet pendant la recherche d'appartement, nous donne, lui, rendez-vous dans un café étonnant, copie des Deux Magots à Saint-Germain-des-Prés. Il nous prête un magnifique téléphone portable, indispensable à Tokyo. On lui renverra par la poste. Par la poste ? Oui, car ici, les courriers ne se perdent jamais. Le plus beau téléphone de ma vie, je le repêche deux jours plus tard dans une tasse de café. Merci Edmond !

Patience… Patience… Patience… Notre guide nous prévient : « En dix jours, difficile d'obtenir des interviews. Il faut faire des demandes officielles. Et n'attendez pas la réponse immédiatement ! » Je lui propose

de bousculer le protocole. Elle met alors la pression. Mais elle n'ose pas rappeler pour déplacer un rendez-vous quand Edmond est malade.

L'« Office Lady »

Pierre Baudry, un businessman français, nous invite à déjeuner avec son épouse japonaise et leur fille dans le centre commercial le plus moderne de Tokyo. On nous sert un menu gastronomique tout rose. Car c'est la fête des petites filles. Pierre nous explique pourquoi il y a tant de boutiques de luxe dans chaque quartier et dans chaque centre commercial. C'est pour satisfaire les « office ladies ». Ce sont les jeunes secrétaires, habillées de grandes marques, de la tête aux pieds. Elles habitent encore chez leurs parents et ne sont pas mariées. Elles en profitent ! Le salaire se transforme en argent de poche intégralement dépensé en sacs Vuitton, en carrés Hermès et en chaussures Prada. Dans la rue ou le métro, on ne croise que des gravures de mode. Mais avec le mariage, finie la liberté. L'office lady reste à la maison pour s'occuper des enfants. Pierre et sa femme nous révèlent aussi les secrets du centre commercial. Le BHV du XXIe siècle, Tokyu Handstore, vend tous les gadgets. Le sous-sol ressemble à l'Épicerie du Bon Marché : algues fraîches, poissons découpés comme des sculptures et pâtisseries post-modernes. Il me faudrait un mois entier pour goûter à toutes ces délices asiatiques !

Une soirée très « électro »

Judith m'emmène passer la soirée dans un grand magasin à la Darty. Il y en a des dizaines à Shibuya, le quartier de l'électronique. Nous testons les fauteuils qui massent et les tabourets vibrants, admirons les frigidaires avec leur porte qui s'ouvre dans les deux sens et leur compartiment pour longs légumes. Chez Judith, comme dans toutes les cuisines, une bouilloire garde l'eau toujours chaude et un rice cooker maintient le riz chaud trois jours durant ! Évidemment, nous nous extasions devant les WC ultra perfectionnés qui lavent, rincent et sèchent avec des jets d'eau et d'air. Ces célèbres toilettes ne percent pas en France, malgré les essais d'importation. Au Japon, tout est automatique et miniature. C'était le rêve du gouvernement dans les années 60, avec

le programme « petit, court et léger ». À chaque coin de rue, des distributeurs proposent boissons chaudes et vitaminées, glaces et plats cuisinés. Les taxis ont des portières automatiques. Le chauffeur déclenche leur ouverture. Pratique quand on a les bras chargés. Même la maison est automatique. On peut appeler les secours ou faire couler un bain chaud avec une seule télécommande, à condition de savoir la programmer !

Le Japon crise un peu...

Le Japon est le deuxième pays le plus riche du monde. Et ça se voit dans la rue. Mais Ryoei Matsunami, un banquier de soixante ans, insiste pour nous faire saisir la crise au-delà des apparences. Il se penche par la fenêtre de son bureau et montre les immeubles voisins. « Regardez cette tour, c'est le siège d'un assureur en faillite. Et cette banque, elle a licencié la moitié de ses employés. L'hôtel, là-bas, est à moitié vide. Vous voyez la crise maintenant ? » Tout est relatif. Le chômage n'est que de 6 %. La vie est moins chère qu'avant, grâce aux importations chinoises. Justement, la Chine est la source des angoisses japonaises. Mais la quantité de N.I.B. futuristes dans l'électronique, les services et la mécanique me rassure. Le Japon n'est pas mort. Il crise un peu, voilà tout !

Laurent revient, et on repart !

Dernière soirée. Je suis si triste de quitter Judith et sa famille. On décide de se régaler de sushis avant d'aller chercher Laurent à l'arrivée du bus. Quand je le vois courir sous la pluie, j'ai un flash. Je retrouve mon amoureux à Tokyo où je ne voulais pas aller et d'où je ne veux plus repartir. Joie des retrouvailles ! J'ai vécu une semaine fantastique alors je veux tout lui raconter. Mais lui est crevé ! Demain, nous partons pour l'Australie !

Les N.I.B. au Japon

Le paradoxe nippon

Le Japon est le pays rêvé des Nouvelles Idées de Business.
Depuis trente ans, l'ingéniosité de ses businessmen fascine le monde entier. Mon oncle m'y avait emmené vendre des fourrures.
Ma principale découverte c'est la tendance des N.I.B. « de crise ».
Dix ans après, je retrouve un pays paradoxal. D'un côté, un pays vieillissant qui se met en quatre pour faciliter la vie quotidienne.
C'est « ***l'épicerie de services*** » dont nous rêvons pour la France.
En même temps, un pays qui doute et plébiscite le « ***supermarché chic et crise*** ». Un pays réputé fermé sur le monde qui n'hésite pourtant pas à inventer la première « ***croisière pacifiste*** », du tourisme actif pour populations en détresse. De l'autre côté, un pays riche qui entretient le luxe français. Ce qui permet au « ***capteur de tendances*** » d'inventer un business intuitif.
Et enfin, un empire inquiet du réveil du dragon chinois mais qui reste l'un des plus inventifs au monde, comme le prouve notre sélection d'« ***autres N.I.B. à importer d'urgence*** » !

N.I.B. de crise

L'épicerie de services

Je les vois partout à Tokyo. Tout le monde y va au moins deux fois par jour. Acheter des services de proximité, de l'alimentation à la location de DVD. L'agencement est « scientifique », l'informatique est entrée dans l'épicerie de quartier. C'est le Japon ! Quinze mille points de vente où le sourire est gratuit. Les Combini ? Une bonne combine !

On les trouve dans chaque artère du Japon. Le numéro un, Seven-Eleven, compte plus de neuf mille boutiques. Son challenger, Lawson, en gère six mille. Ça ressemble à nos petites épiceries de quartier. Avec en plus, un catalogue de services non alimentaires. Le Combini, c'est à la fois un bureau de poste, une banque, un vendeur de billets, un voyagiste et un loueur de DVD. « Avant de partir à la montagne, je dépose mes skis et mes bagages au Combini en bas de chez moi. Je les retrouve à l'hôtel, deux jours plus tard. C'est génial » nous dit notre ami David.
Les Japonais y retirent leur argent, paient leurs factures, font des photocopies et impriment leurs photographies numériques.
Chine et moi y faisons nos courses. On se nourrit de leurs sushi, sashimi, riz gluant et tempura. Quel rêve. C'est si pratique et tellement frais.
Le secret des Combini, c'est leur logistique informatisée. Leur base de données indique les achats des clients en temps réel. Ils peuvent ainsi réassortir plusieurs fois par jour des produits frais et fidéliser leurs consommateurs, sûrs et certains de retrouver leurs produits préférés.
La surface des boutiques est petite, chaque rayon est optimisé. Les produits sont les mêmes dans chaque Combini : alimentation, parapharmacie, presse. Scoop, « les géants français Carrefour et Auchan étudient avec intérêt ce phénomène de la distribution » me révèlent nos informateurs ! Alors, bientôt en France... ?

N.I.B. s'expatrier

Le capteur de tendances

■

La mode tokyoïte est très fashion. Créative, audacieuse, et dynamique. Elle inspire les stylistes et designers du monde entier. Pour en saisir toutes les nuances, Chine se fait aider par le meilleur des guides, Loïc Bizel. D'ailleurs il en a fait son métier. Il capte les dernières tendances, organise des parcours découverte et diffuse ses reportages sur Internet.

Loïc Bizel crée sa première société à seulement vingt ans. Elle ne marche pas très bien. Pour se consoler, il part en Asie vendre des charentaises et des chaussures Palladium. Le virus de l'entreprise le rattrape vite. Ce Lyonnais de trente et un ans crée sa seconde société, à Tokyo, pour surveiller la mode japonaise. Des designers, des stylistes, des responsables marketing et des directeurs de création du monde entier viennent écumer les boutiques, les défilés, et surtout observer les vitrines et la mode de la rue.
Pour leur éviter des voyages incessants, Loïc a créé un site Internet. Sur Fashion in Japan, il diffuse toutes les photos des dernières tendances. Des clients, professionnels ou passionnés, passent commande de cinq cents photos de vitrine chaque trimestre. Ce qui fonctionne le mieux, ce sont les « Fashion Tour » pour les créateurs qui veulent venir renifler par eux-mêmes. Durant trois à sept jours, Loïc organise des visites intensives des nouvelles boutiques et des lieux *in* de la capitale nippone. Depuis deux ans, il fidélise ainsi trente clients qui paient 500 euros par jour. Italiens, Espagnols, Chinois et Américains.
« Les Français sont les plus durs. Pour eux, tout devrait être gratuit ! »
Plus de deux mille visiteurs fréquentent les pages gratuites de son site. Son salaire dès la première année ? 60 000 euros. De quoi s'offrir de belles fringues…

N.I.B. de crise

Le supermarché chic et crise

■

**Chine accompagne sa copine Judith au « 100 yen ».
Elle craque pour une vaisselle traditionnelle, en céramique bleu et vert. Mais renonce à l'acheter en pensant à la tête que je ferais si elle glissait trente assiettes et bols dans la valise. En proposant tout à 100 yen, soit moins d'1 euro, ce supermarché associe le chic et la crise.
Avec ses prix cassés, il veut tout casser, à tout prix.**

À proximité des boutiques Hermès, Vuitton et Prada, un supermarché sur cinq étages, avec les rayons habituels… où tout coûte 100 yen, soit 0,75 euro : papeterie, produits de beauté, livres, vaisselle, montres, jouets… Judith y fait les courses pour l'anniversaire de sa fille. Le principe de « 100 yen », c'est « prix bas et bonne qualité conjugués ». Le contraire des boutiques de déstockage où la qualité est médiocre et le service nul. Le groupe fabrique lui-même la moitié de ses produits. En Chine, non au Japon.
La clé, c'est le volume. En achetant ou en fabriquant des centaines de milliers d'articles, on obtient des prix cinq à dix fois inférieurs à ceux des concurrents. Du coup, « 100 yen » est très tendance. « Pourquoi acheter plus cher ? Je préfère économiser chez eux et m'offrir ensuite un sac Vuitton » explique Nobuko, notre traductrice. La deuxième recette du succès, c'est le renouvellement quotidien des produits.
Les nouveautés sont mises en rayon chaque jour pour attirer la clientèle.
Les magasins « 100 yen » proposent quarante mille références !
Le groupe est apparu pendant la crise des années 90. Depuis, c'est un phénomène de société. Yano, le fondateur, a soixante ans. Il a démarré sa première boutique à l'arrière d'un camion avec sa femme.

Aujourd'hui, ses deux mille boutiques sont uniquement situées dans des quartiers bourgeois et commerçants. Son groupe pèse 1 milliard d'euros de chiffre d'affaires. Ce type de solde permanent se développe partout dans le monde. En France, le concept le plus proche ce sont les « bazars » qui vendent des produits bas de gamme entre 1 et 2 euros. Mais la nouveauté, au Japon, c'est le positionnement branché et la bonne qualité. Là est l'idée de génie.

N.I.B. éthique

La croisière pacifiste

Se rendre compte par soi-même des événements internationaux ; se déplacer pour aider et manifester sa solidarité avec les populations en détresse ; apporter la paix aux pays sinistrés et à ceux qui sortent de conflits. C'est le programme de Peace Boat. Du tourisme engagé !

Voilà la première croisière humanitaire. Cambodge, Irak, Guatemala ou Somalie. Des destinations touristiques peu communes. Des pays qui se relèvent d'une guerre ou de catastrophes humanitaires. Le programme de Peace Boat est très réactif : manifestations, sit-in de protestation, rencontres avec les populations, échanges avec les ONG locales, visites d'écoles ou de prisons, conférences, cours, reportages. En quoi cela aide-t-il ceux qui souffrent ? « Nous faisons pression sur les gouvernements. Les populations apprécient nos rencontres. Elles peuvent témoigner. Elles se sentent moins abandonnées » explique Nakckashi Masaki. Ce garçon de vingt-neuf ans, propre sur lui, en jean, chemise blanche, veste noire et cheveux courts, reçoit Chine dans les sous-sols de l'ONG. Il est responsable des programmes de Peace Boat. Sur le bateau, pendant la croisière, il donne des cours, enseigne l'histoire du pays, fait comprendre la nature des problèmes. Son travail est au cœur de la mission de Peace Boat : la promotion de la paix, des droits de l'homme et du développement durable. Trop sérieux ? Certes, mais le programme prévoit également la découverte des cultures locales, la visite de festivals, des cours de danse ou de cuisine, des balades dans la nature. Et le public suit ! L'association vient de doubler la capacité d'accueil de son paquebot : mille quatre cents passagers. Vu la durée de la croisière – trois mois – et son prix – 10 000 euros –, les clients sont des jeunes et des retraités. Les plus de cinquante ans représentent 60 % de la clientèle.

Eux aussi donnent des heures de bénévolat en échange de réductions. Peace Boat a démarré au Japon en 1983. La vocation originelle était de montrer aux Japonais ce que leurs livres d'histoire leur cachaient : des témoignages directs sur les invasions japonaises en Corée et en Chine. Peace Boat est une association à but non lucratif entièrement financée par la vente des billets de croisière. Elle est supervisée par quatre-vingts dirigeants qui paient de leur poche les années de déficit. Trois croisières sont organisées chaque année. La dernière en date avait pour thème « les migrations internationales, les réfugiés et les mouvements de capitaux ». Parmi les vingt étapes, le Sri Lanka, l'Érythrée, la Croatie… et les États-Unis ! Tous les pays en guerre, vous disais-je…

Autres N.I.B. à importer d'urgence !

Une mine d'idées... à copier ou à importer maintenant ! Le Japon est encore en avance, voilà donc une sélection d'objets qui pourrait bien marcher très vite en France ! C'est complètement Made in Japan et ce sera bientôt très Mode in France.

Les straps, gadgets pour téléphones mobiles

Les Japonais sont dingues de leurs téléphones portables. Ils les personnalisent avec des straps. Ça n'existe pas encore en France. Pourtant les jeunes en sont dingues.
À l'origine, le strap est un cordon attaché au téléphone portable. Les garçons l'accrochent à leur ceinture. Les filles tirent dessus pour l'extraire rapidement de leur sac à main. Sous la période Edo au XVIIe siècle, c'étaient les bourses suspendues aux ceintures des kimonos des samouraïs. C'est dire si le strap est ancien !
Aujourd'hui à Tokyo, chacun a son téléphone personnalisé grâce aux straps : cordons, autocollants, antennes qui flashent pendant la sonnerie, bijoux fantaisie, perles, plumes, personnages miniatures, images en 3 dimensions, etc. Le strap coûte entre 3 et 20 euros. Et il faut en changer souvent pour suivre la mode et rester original.
C'est une véritable industrie qui donne naissance à des boutiques spécialisées. Parmi les fabricants, la marque Hamei Electronics peut personnaliser des straps selon votre logo et vous envoyer des échantillons.

Des produits culturels à louer

Comme de plus en plus de Japonais, Nobuko n'achète plus ni livres, ni bandes dessinées, CD ou DVD. Notre guide les loue ! Tous ces produits culturels, même les nouveautés les plus récentes, sont disponibles dans les magasins de la chaîne Tsutaya, une sorte de Fnac de la location. En temps de crise, les Japonais préfèrent emprunter que dépenser. Pas bête du tout. Et très économique, la location ne coûte que 3 euros.

De drôles de N.I.B. pour nos grands-parents

La bouilloire d'alerte pour personne âgée

Elle prévient les secours si vous ne vous réveillez pas comme d'habitude ! Le voisin de Judith, M. Wakama, a soixante-dix-huit ans. Il se réveille tous les matins à 7 heures. Tous les matins à 7 h 10, M. Wakama remplit sa bouilloire et chauffe l'eau de son thé. Si un jour la bouilloire n'était pas en service à 7 h 15 précises, elle alerterait la société de surveillance. Les secours arriveraient immédiatement et sauveraient M. Wakama, sans doute atteint d'un malaise et qui n'aurait pas pu se lever pour se faire son thé, comme tous les jours.

La table chauffante

Bénédicte, l'épouse de David Barroux, le correspondant des *Échos* au Japon, a préparé un curry de poulet aux légumes. C'est délicieux. Mais il fait froid dans leur appartement. Nous nous réfugions autour de la table chauffante. Une table basse en bois. En prolongement de la nappe, une grande couette qui nous couvre les jambes et le bas du buste. Dessous, une résistance électrique dégage une chaleur bienvenue. Nous nous asseyons par terre, sur des chaises sans pied. Une bonne idée pour les maisons de campagne et les froides soirées d'hiver.

Le traducteur d'aboiements

Indispensable pour une meilleure communication entre le chien et son maître. Votre toutou s'exprime régulièrement mais que dit-il ? Mystère. Maintenant, vous pouvez le comprendre. Grâce à M. Suziki qui a enregistré cent soixante mille aboiements de chiens, les a étudiés et

7-Lanzmann&Ebel 12/12/03 14:40 Page 86

a ensuite traduit en langage humain les dix expressions les plus fréquentes. Désormais, lorsque votre chien aboie, vous comprenez « J'ai faim, donne-moi mes croquettes », « Je veux sortir », « Il y a quelqu'un à la porte ». Il suffit de mettre le collier inventé par M. Suziki autour du cou de votre animal préféré. Vous, vous conservez un écran numérique sur lequel s'affichent les traductions. L'équipement s'appelle « Ouaf Lingual ».

La société Takara en a vendu cinquante mille les six premiers mois de son existence. Ça coûte 115 euros. « La voix de son maître » ? C'est totalement dépassé au Japon...

Australie

(Sydney)

1er - 31 mars 2003

Un max de business relax

« C'est le pays de la franchise ! »

CHINE & LAURENT

LE JOURNAL DE CHINE EN AUSTRALIE

Bienvenue en Australie !

Pour venir en Australie, il suffit d'un « visa électronique », qu'on peut acheter sur Internet. Comme d'habitude, nous avons oublié de prendre celui d'Edmond ! Le policier le fait gratuitement en cinq minutes. À l'aéroport, on nous embarque dans un « maxi taxi » qui dispose même d'une plate-forme automatique pour les chaises roulantes et les gros bagages.

Après la modernité du Japon, nos premières impressions de la ville de Sydney sont mitigées : les immeubles semblent s'écrouler, les voitures bonnes pour la casse et les marchandises semblent croupir dans les magasins depuis trente ans ! Notre appartement est un deux pièces et demi. Les fenêtres donnent sur une rue passante au cœur du quartier gay, l'un des plus visités du monde. Notre échangeuse ne m'a pas prévenue qu'il fallait dormir fenêtres fermées avec des boules Quies ! Nous arrivons le lendemain de la « gay parade », les rues sont encore bondées de touristes homos. La chambre de Stéphanie n'a pas de porte. Juste une fenêtre sans vitre qui donne dans le salon ! La prochaine fois, je saurai qu'il faut échanger avec une maison au bord de l'océan !

Trois semaines pour nous adapter

Sur un mois, nous mettons trois semaines à trouver nos marques : des gens sympas, une copine, la piscine de Laurent, mon cours d'aquagym, les aires de jeux d'Edmond et des coins tranquilles pour écrire. Lorsque ces conditions sont réunies… il ne nous reste plus qu'une

semaine ! Être au centre de cette ville immense a des avantages : nous allons à nos rendez-vous à pied, il y a un supermarché en face de l'immeuble et des restaus tout autour. Laurent m'emmène respirer une nuit dans un écolodge. Stéphanie garde Edmond. Nous la laissons seule le week-end suivant, pour passer avec Edmond une nuit à Palm Beach, la plage des « cottages » de week-end, à une heure de route. Le charme de cette petite baie aussi sauvage que la Corse opère vraiment…

Manger sain, enfin !

Les Australiens font attention à leur santé. Beaucoup sont végétariens. Et les fermes à la pointe de l'agriculture. Les produits au soja, alternatives aux produits laitiers, envahissent les rayons. Dans notre supermarché, tous les produits sont disponibles en version « bio ». Autant c'était difficile de garder la ligne en Chine, autant en Australie, c'est un plaisir de manger légumes, fruits et poissons ! En particulier les « sprouts », des germes de graines, une nourriture « vivante » et pleine de vitamines. La « nouvelle cuisine australienne » est un mélange des cuisines méditerranéenne et asiatique. Chaque vague d'immigrants y a apporté son influence et sa sauce. Une « world food asian fusion » ! Delicious !

L'Australie pense à ses personnes handicapées

Surprise à la piscine ! Un Australien costaud sautille sur une seule jambe avant de se jeter à l'eau. Sa jambe et son bras uniques sont atrophiés. Pourtant, c'est un athlète. Il n'a pas, ou ne montre pas, de complexes. En maillot comme tout le monde, il est arrivé au bras d'une fille superbe. Pour la première fois de ma vie, je me retrouve dans une ville entièrement adaptée à la vie quotidienne des personnes handicapées. Il y a des rampes d'accès pour fauteuil roulant à l'entrée de tous les bâtiments publics ou privés, et de tous les transports en commun. Une société de taxi a adapté ses véhicules au transport des fauteuils. Du coup, ceux qui sont en chaise roulante profitent de la vie tant bien que mal et sortent beaucoup plus qu'en France. Nous en voyons partout : centres commerciaux, restaurants, musées, etc. Un ancien champion des Jeux Paralympiques a créé un site Internet très complet. Il détaille

l'accessibilité des principales villes. On peut y lire par exemple : « Le Théâtre Riverside de Sydney enlèvera des sièges pour laisser passer votre fauteuil. Garez votre voiture rue Market, ou au parking Royal. En bus ou métro, descendez à la station Parramatta (l'accès est facile). L'entrée pour fauteuil roulant est 253 rue Church. Vous pourrez accéder à l'ensemble du théâtre. La caisse se situe en face de l'entrée. » @

Le vin divin

Tous les deux jours, Laurent s'arrête chez le Nicolas du coin. Le vin australien est trop bon ! Mon préféré, c'est le merlot rouge ; celui de Laurent, le sémillon sauvignon blanc. Les étiquettes des bouteilles expliquent tout : « Ce sauvignon blanc est sec, il sent le melon et le citron, il a une belle couleur de blé. Il est idéal en apéritif ou avec un poisson cuit au four. » Il existe même des vins avec des numéros, comme pour les voitures. Nous avons goûté aux penfolds « 389 » et « 707 ». D'autres marques se segmentent par type d'utilisation : le « Super Premium » pour une grande occasion ; le « Reserve » pour un dîner entre copains ; le « Classic » pour le quotidien. Les dix plus grandes marques vendent de 75 à 150 millions de bouteilles par an, alors que le vin français le plus exporté au monde, le mouton cadet, n'atteint que 20 millions de bouteilles. Le marché australien grossit de 15 % par an et dépasse les ventes françaises aux États-Unis et en Grande-Bretagne ! @

Un dîner australien

Un couple de médecins nous invite à dîner dans un restaurant indien dans le centre commercial d'une banlieue résidentielle. Ils arrivent avec leurs propres bouteilles que le serveur s'empresse de déboucher. Car nous sommes dans un restaurant « BYOB » – *Bring Your Own Bottle* : « Apportez votre propre bouteille. » Lui nous explique qu'il tient à la tranquillité de son pays. Laurent nous expose son plan : remplir l'intérieur désertique de l'Australie avec de nouveaux immigrés. Après tout, il n'y a que 20 millions d'habitants, trois fois moins qu'en France pour une superficie quatorze fois plus grande ! Mais non, ils n'en veulent pas ! Avant de partir, nous avions vu à la télé un documentaire sur la politique d'immigration de l'« Australie blanche » : les

boat people indonésiens et vietnamiens sont parqués dans des camps, parfois même renvoyés en haute mer. Au cœur de l'Asie, l'Australie a peur de se laisser submerger. Dans ce pays conservateur, Sydney est toutefois une exception qui réussit l'intégration de tous ses immigrés asiatiques.

« Mon arrière-grand-père a volé un cheval »

Quand je rencontre pour la première fois Andrea, notre hôte australienne, c'est à Paris, trois mois plus tôt. Elle est venue en « échange non simultané » et a passé deux semaines dans notre chambre d'amis. « Andrea », pour moi, c'était un prénom masculin. Pour elle, « Chine », aussi, c'était un homme. Comme nous nous écrivions en anglais, impossible de savoir ! Toutes les deux avons été surprises. Elle m'a d'abord appelée « Laurent »… Premier dîner et première question : « Depuis quand votre famille a immigré en Australie ? » Réponse immédiate : « Depuis mon arrière-grand-père anglais. Il avait volé un cheval et a été envoyé en Australie. » Et ceux dont les arrière-grands-parents étaient de vrais criminels, que disent-ils ?

Ma copine, chercheuse française

Fabienne est une star de la biotechnologie. Française, elle est d'abord partie travailler à Boston, dans une société ensuite introduite en bourse. Là, elle est devenue riche et a rencontré son mari, Charles, un Australien. Ils se sont installés à Sydney et bossent tous les deux dans le plus grand institut de recherche médicale du pays. Lors de notre déjeuner, je suis éblouie par sa connaissance de la politique française. Elle suit tout, participe à des forums de discussion sur Internet et est abonnée aux quotidiens français ! C'est d'ailleurs ce qui lui manque le plus, la culture française. Ils nous invitent un dimanche pour un barbecue. Tous les Australiens ont un barbecue. Rien à voir avec nos grilles sur des braises de charbon. Ce sont des BBQ professionnels : de véritables fours extérieurs, électriques ou au gaz. Ils y cuisent poissons et légumes à l'étouffée. Leur villa domine la baie de Sydney et l'Opéra. À tout hasard, il n'y aurait pas une petite chambre d'amis pour nous ?…

Un rescapé des start-up françaises

Nous retrouvons Thomas Birouste, rescapé d'une start-up parisienne. En 2002, il plaque Paris et débarque à Sydney avec sa femme, leurs trois enfants et le chien. Il se prend pour Crocodile Dundee : « Je livrerai des pizzas si la paie est bonne » annonce cet HEC de quarante ans lors de ses entretiens pour trouver un job. Résultat, il trouve une bonne place dans une société française. Il se donne quelques années pour découvrir le marché australien, avant de remonter une société. « Venir ici, c'est la meilleure décision de ma vie. Il n'y a pas de chômage. Et nous allons à la plage chaque dimanche. »

Une maison verte sur la colline

Michael Mobbs est un architecte malin qui, pour montrer son expertise dans la construction de maisons écologiques, nous fait visiter la sienne. Généralement impressionné, un visiteur sur trois fait ensuite appel à ses services. L'entrée coûte 10 euros et Michael reçoit cinq cents visiteurs par an. À première vue, sa maison victorienne est semblable à tous les autres bâtiments de Sydney. Michael nous fait alors découvrir son salon et sa cuisine. On y trouve tout le confort. Mais, cette famille de quatre personnes économise cent mille litres d'eau par an et ne paie pas de facture d'électricité ni de gaz. Car c'est une maison… verte. Utilisation de l'eau de pluie grâce à la gouttière, à un filtre, à un tank à eau et à une pompe. Recyclage des eaux usées de la cuisine et de la salle de bain pour arroser le jardin. WC compost. Panneaux solaires sur le toit qui produisent l'électricité. Design architectural pour économiser l'électricité. Un investissement de 13 000 euros, très vite amorti avec les économies sur les factures d'électricité, d'eau et de gaz. @

Comment écrire le livre ?

À Sydney, c'est le moment de faire le point sur la rédaction du livre. Nous ne sommes pas d'accord sur tout et nous nous répartissons le travail. Nous rédigeons les passages sur la Chine et le Japon. Pour l'Australie, chacun part à la pêche de « ses » N.I.B. ! Laurent est attiré

par les « grosses N.I.B. », moi par les « petites N.I.B. » créées par les mères de famille ! Oui, c'est peut-être macho mais ainsi, chacun se fait confiance. Notre livre prend forme.

Stéphanie s'occupe vraiment bien d'Edmond

Notre fils marche en Australie ! Sa nouvelle liberté le rend heureux. Où est le tout petit bébé d'il y a à peine un an, qui n'était bien que dans nos bras ? Pour que l'on puisse travailler à la maison, Stéphanie l'emmène faire du tourisme. Quand ils partent pour la journée, elle prend un pare-soleil pour la poussette et le couvre d'écran total. L'Australie est le pays le plus touché par les cancers de la peau. Aux heures les plus chaudes, les plages sont vides, hormis quelques touristes cramoisis… Les enfants portent tous des maillots de bain anti-UV, des combinaisons aux manches et aux jambes longues. Nous en avons acheté un à Edmond. On adore : il ressemble à un surfeur. Stéphanie lui apprend les cris des animaux. Un soir, il revient très excité, il bouge dans tous les sens, se roule par terre et remue ses bras en criant « ah ah ah ». Ça dure une semaine ! On finit par comprendre : depuis qu'ils sont allés au zoo, il adore imiter les singes !

D'un côté j'ai envie de pousser Stéphanie à sortir le soir pour qu'elle s'éclate, une fille de son âge, quand même ! De l'autre, j'ai peur qu'elle rencontre un boyfriend et nous lâche pour le grand amour. En fait, elle m'explique qu'elle ne veut pas sortir le soir, car elle préfère communiquer avec ses amis sur Internet. Un week-end, elle se fait offrir une croisière par ses parents.

L'économie au beau fixe

Tout va bien au bout du monde. La croissance économique ? Ça va. 4 % en 2002 et 3 % en 2003. L'emploi ? Ça va. Le taux de chômage est inférieur à 4 %. « Les entreprises se battent pour trouver des candidats » confirme Corinne Bot, une Française partie il y a quatorze ans. Elle a monté une agence de recrutement, Polyglot. Et ça marche : mille deux cents candidats placés en un an et 2,5 millions d'euros de chiffre d'affaires.

Trop belle, la vie d'ici !

Nous ne voulons plus quitter ce paradis de nature et de sport ! Facile de prendre l'habitude d'être tout le temps dehors, d'aller à la mer dans la ville, de rester en sandales du matin au soir. Même pendant les rendez-vous ! Pour Laurent, Sydney est la plus belle ville du monde. Un regret : ne pas être allés voir Ayers Rock, le rocher rouge, posé au milieu du pays. Nous nous promettons de revenir faire du tourisme, au moins trois mois, sac au dos, quand Edmond sera grand et ne hurlera plus en voiture…

Les N.I.B. en Australie

Tout est neuf dans ce pays neuf

Les Australiens sont des pros du business. Monter une boîte est aussi facile qu'aux États-Unis. Le climat est relax et les Australiens ont la culture des affaires. Mais ils ne sont pas commodes. Nous avons les pires difficultés à les faire parler. Peur et parano de la concurrence ? Non, simple envie de rester tranquille, sans trop faire de vagues. Dans un pays où le surf est un sport national, le paradoxe mérite le détour.

En passant une nuit dans un agréable « ***écolodge, l'hôtel du futur*** », nous découvrons l'écotourisme. L'Australie est la nation au monde qui compte le plus de franchises – 39 franchiseurs pour 1 million d'habitants ; contre 15 aux USA et 9 en France. Ce qui explique le succès du « ***thé aux perles*** ». Les Australiens innovent dans tous les secteurs. Dans les attractions touristiques, avec « ***la fortune en haut du pont*** ». Les loisirs avec « ***le scrapbook, l'album souvenir*** ». L'art, avec « ***la peintre sur Internet*** ». La phytothérapie avec « ***l'huile de théier*** ». Et même le vin, c'est « ***le caviste cool*** ». Et nous découvrons dans les « ***autres N.I.B. australiennes*** » encore plus de business écologiques, franchises et business pour enfants.

N.I.B. éthique

L'écolodge, l'hôtel du futur

Passer une nuit avec Chine dans un écolodge était mon rêve. Le plus luxueux, avec spa au milieu de cascades naturelles, est à six heures de voyage de Sydney. J'en trouve un plus proche dans les Blue Mountains. En vingt-quatre heures, je découvre que l'écologie, c'est autre chose que des mots. Chassez le naturel, il revient aux bobos !

Le site Internet recommande de prendre le train « car c'est plus écologique ». Bill, le patron du Jemby Rinjah lodge, nous explique en quoi son hôtel est différent. Notre chambre – 80 euros la nuit – est une grande cabane en bois confortable. Avec cuisine, salon, cheminée, télévision, deux chambres et six lits. Mais sans téléphone. « Si nous mettons le téléphone dans les chambres, nous gagnons une étoile dans les guides touristiques traditionnels, mais nous en perdons une dans le guide de l'écotourisme » rigole Bill. Tous les bâtiments sont sur pilotis afin que les animaux puissent passer dessous sans être perturbés par cette présence. Dans la salle de bain, les toilettes n'ont pas de chasse d'eau, ce sont des WC compost. « Heureusement, ça ne sent rien » souffle Chine. Les déchets sont évacués par un tuyau, puis se décomposent naturellement à l'aide de sciure, de paille ou de terre végétale. On laisse reposer pendant dix-huit mois avec des épluchures de légumes et cela se transforme en compost pour le jardin.
Chaque jour, dix mille litres d'eau sont ainsi économisés.
L'eau usagée est recyclée, le chauffage se fait au feu de bois et le restaurant est biologique. Partout des autocollants recommandent d'éteindre les lumières en sortant d'une pièce. Grâce au recyclage, à la fin de la semaine, les poubelles de cet établissement de quatre-vingts

lits tiennent dans un sac de trente litres ! L'écolodge est aussi une affaire rentable – 150 000 euros de bénéfices pour un chiffre d'affaires de 700 000 euros. L'écotourisme est en plein essor – plus 20 % par an. L'intuition de Bill et son épouse Noreen était bonne quand ils sont tombés sous le charme de ce coin de bush il y a quatre ans.
Ce couple à la soixantaine épanouie en est à sa quatrième affaire ensemble. « Nous ne sommes pas écologistes au sens politique. Nous ne votons pas pour eux. Nous sommes simplement responsables. En promenade, nous ramassons les papiers abandonnés par d'autres » sourit Bill. Quelle leçon ! Je comprends que l'on peut préserver la planète sans faire l'impasse sur le confort. J'en suis vert.

Le thé aux « perles »

Les bars de thé aux perles proposent des nouvelles boissons naturelles et nourrissantes. Les communautés asiatiques d'Australie et des États-Unis adorent. En dix ans, trois groupes ont ouvert entre cinq cents et mille franchises chacun. Prêts ? Par thé !

Le « pearl tea » – thé aux perles – fait un carton à Sydney. C'est une boisson à base de thé, mélangée à des sirops aux saveurs exotiques (lychee, papaye, ananas…), à laquelle on ajoute de la glace et… des perles de tapioca. On aspire le tout à l'aide d'une large paille. C'est rafraîchissant et les perles sont amusantes à mastiquer.
Tim Tsu est le P-DG d'EasyWay Australie. La société a été créée en 1992 par deux étudiants qui ont inventé le concept sur le campus d'une université de Taiwan. Depuis, EasyWay a ouvert sept cents franchises dans le monde… mais aucune encore en France.
Tim vient d'ouvrir son septième bar à Sydney. Il nous reçoit dans ses bureaux du centre-ville. Tim a le regard vif et le geste nerveux. Il parle rapidement et sous contrôle de Robin, sa directrice du marketing. Il a vingt-trois ans, Robin vingt-quatre.
Tim a ouvert son premier bar en 2000. Seul employé, il fabrique et sert alors les verres de thé lui-même. Le verre coûte en moyenne 2 euros. En deux ans, son bar rapporte 300 000 euros.
Il rembourse son investissement et ouvre de nouveaux sites bien placés : centres commerciaux, gares, parcs d'attractions touristiques.
À l'origine, son père lui a prêté 20 000 euros pour acheter la franchise EasyWay. C'est grâce au système de licence que le thé aux perles se développe si rapidement. Il existe une solution moins coûteuse : acheter l'équipement et les ingrédients – à partir de 200 euros sur Internet. Ces kits permettent aux bars et aux restaurants d'ajouter

une nouvelle boisson à leur carte. Tim abrège l'entretien : il a un rendez-vous téléphonique avec son avocat. Il s'apprête à transmettre la gestion d'EasyWay à son associée pour se consacrer à un nouveau business, encore top secret ! Le thé aux perles, c'est énergisant !

N.I.B. de crise

La fortune en haut du pont

En France, faire le pont, c'est sympa mais ça n'enrichit pas… À Sydney, c'est l'attraction n° 1 : 300 000 clients et 30 millions d'euros de chiffre d'affaires en seulement quatre ans. Ce pont-là est un pont d'or…

Notre amie Margot s'emballe. Elle vient de penser à une N.I.B. : « Mon coach de gym est le gendre du type qui fait monter les gens en haut du pont de Sydney. » Je lui réponds que cet attrape-touristes ne m'intéresse pas. Margot insiste : « Dommage, depuis, il est devenu millionnaire et je peux te le faire rencontrer. » Évidemment, j'accepte… Paul Cave, le fondateur de BridgeClimb, me reçoit dans un bureau modeste mais dont les murs sont couverts de distinctions. À bientôt soixante ans, Paul a l'assurance, le sourire et la poignée de main des grands patrons. « Je savais que ça allait marcher. J'avais déjà une grosse affaire : des boutiques de décoration avec deux cent trente employés. Mais là, c'est le jackpot ! »

Pour marcher, ça marche. C'est même un phénomène. Le passage obligé à Sydney. Aussi populaire que la tour Eiffel à Paris.

Dès la première année, BridgeClimb a séduit cent mille clients.

Le rythme de croisière est désormais de trois cent mille personnes par an. Paul a du génie et de la persévérance. Il se bat neuf ans contre la municipalité avant de lancer son business.

C'est en participant à une promenade-happening en 1989 qu'il a sa vision. Mais le propriétaire du pont, la Mairie de Sydney, refuse.

Elle évoque précisément soixante-deux raisons selon lesquelles ce projet est impensable : nuisances pour le trafic automobile, risque de suicides, gêne de l'entretien, risques de vandalisme, problèmes pour

l'environnement, etc. Paul ne se démonte pas. Il consulte des experts et trouve soixante-deux solutions. Neuf ans plus tard, en 1998, la Mairie craque et dit banco. L'argument convaincant ? Paul propose un loyer de 40 millions d'euros sur vingt ans et un pourcentage sur les revenus. L'entrepreneur, qui a dépensé 1 million d'euros durant ces longues négociations, doit trouver 7 autres millions pour le financement du business. Il doit également mettre au point une organisation quasi militaire pour cadrer son business sans aucun risque pour ses futurs clients.

Aujourd'hui, des groupes de onze personnes partent toutes les dix minutes dans les airs. Stéphanie m'accompagne, car l'aventure ne tente pas Chine. Nous sommes pris en charge dès l'arrivée à la caisse et devons enfiler un uniforme gris et un harnais de sécurité.

Le guide nous donne un talkie-walkie pour l'entendre, une casquette et un fil pour fixer les lunettes à la combinaison. Nous vidons nos poches afin que rien ne puisse tomber. Notre guide, Steve, nous aligne tous les onze et nous demande nos prénoms. Comme s'il nous connaissait depuis toujours, il les récite instantanément. La préparation dure vingt minutes, alcootest compris. Et c'est parti : les uns derrière les autres, nous grimpons les premières échelles et marchons sur la structure même du pont. Je frissonne… à 134 mètres au-dessus de la mer. Mais la balade ne présente aucun risque. Tout le long du parcours, nous sommes attachés à un câble métallique. Six de nos compagnons ont plus de soixante ans. BridgeClimb prévoit même de faire monter des personnes handicapées et des aveugles. Le génie de Paul Cave ? « Vendre de la fierté et créer les conditions du risque zéro. » Ses slogans ? « Devenez un héros ! », « L'expérience de votre vie ». Résultat, nous avons effectivement l'impression de braver l'impossible. Et nous repartons fiers et heureux, avec notre photo et notre diplôme. Faire le pont, en Australie, c'est du sport !

Le scrapbook, l'album souvenir

■

Le « scrapbook » ? Chine saisit immédiatement le potentiel de cet album photos à décorer soi-même avec des autocollants, timbres, décalcomanies, rubans, etc. Je mets plus de temps, pour moi, c'est un truc de nanas. « Oui, mais c'est un marché de 300 millions d'euros », rétorque Chine. Souvenirs inoubliables et business rentable ? Avec le scrapbook, y'a pas photo !

C'est à Sydney que Chine découvre la première boutique de ce phénomène de société qui surfe sur le boom des activités manuelles et de la personnalisation. À trente-deux ans, Louise Ridell cherchait une idée de business. Elle entraîne Helen, sa mère, dans un voyage d'exploration aux États-Unis. Elles découvrent un marché dont le public est presque exclusivement féminin.
Des femmes à la retraite, des mères de famille et quelques jeunes.
Louise et Helen achètent une franchise pour l'Australie et rapportent des valises d'accessoires. Quatre mois après, elles lancent leur première boutique. Aujourd'hui, elles sont à la tête de trois magasins.
Sur 400 m², un choix de dix mille produits pour créer et embellir ses souvenirs : albums, papiers, feuilles imprimées, stylos spéciaux et tous les gadgets indispensables.
Les magasins donnent des cours pour réaliser les albums, dessiner, coller, et utiliser l'ordinateur. De retour à Paris, notre copine Vanessa montre fièrement ses albums de mariage et de vacances. Elle y a collé des petits souvenirs et a écrit des légendes avec un joli stylo. Comme M. Jourdain, Vanessa fait du scrapbook sans le savoir. Ça marche aussi en France !

N.I.B. s'expatrier

La peintre sur Internet

Aussi douée en marketing qu'Amazon.com, une peintre vend soixante-cinq tableaux dès sa première année sur Internet. Des toiles sur la Toile !

Muriel Moret, jeune Vosgienne de vingt-cinq ans, vit dans une maison de Bondy Beach à quelques mètres de la plage, mariée depuis un an à un surfeur. OK, elle est artiste. Mais ça ne l'empêche pas d'être une vendeuse née. « De l'abstrait, comme vous n'en avez jamais vu » annonce la baseline de son site Internet. Et ça marche. Comme au supermarché, les prix des œuvres se terminent en « 99 » – les toiles démarrent à 299 euros. Muriel n'a pas non plus de complexe à offrir des discounts : 10 % de remise pour l'achat de deux à quatre tableaux, puis 15 % à partir de cinq toiles. Ni à proposer un stupéfiant service « Satisfait ou remboursé » ! Le client a un mois pour se rétracter. Puisque Muriel vend sur Internet, elle expédie ses « produits » dans le monde entier : Angleterre, Nouvelle-Calédonie et États-Unis. Ses clients ont de trente à quarante ans et achètent discrètement au bureau à l'heure du déjeuner. Dans les pages témoignages, ils disent aimer ses couleurs vives et ses formes simples. Et surtout, ils sont très satisfaits du service ! Muriel propose également des tableaux personnalisés. « Faites plaisir à votre amoureux. Offrez-lui une toile à son goût ! » Le client peut choisir la dimension, le nom, les couleurs et jusqu'au thème du tableau ! Le papier cadeau d'emballage est en sus – 3 euros. Le sur-mesure, c'est 70 % de ses commandes. « Je viens de vendre un grand tableau à un restaurant huppé de Sydney. » Muriel s'est même essayée aux ventes aux enchères sur le site d'Ebay. Elle a tout compris au business sur Internet. Muriel ne compte pas s'arrêter là : elle lance une collection de sacs à main aux couleurs de ses tableaux. Du pur merchandising. Sans expos ni galeries.

N.I.B. bien-être

L'huile de théier

Une société de phytothérapie réalise 13 millions d'euros de chiffre d'affaires grâce à une ancienne recette aborigène à base de feuilles d'arbre de théier. Aborhygiénique !

C'est le secret de Chine. Stressée, elle fumait beaucoup. Elle s'est arrêtée grâce aux cure-dents australiens à l'huile de théier qu'elle mâche encore aujourd'hui. Passant l'habitude à Edmond, qui, s'il ne fume pas, adore néanmoins ce goût de menthe et de cannelle. Seul inconvénient, il est fabriqué en Australie. Mais le produit miracle est également vendu dans les boutiques de bien-être aux États-Unis. À quand en France ?

L'huile de théier est une recette vieille de cent mille ans. Les aborigènes arrachaient les feuilles du théier qu'ils écrasaient pour en faire un cataplasme à appliquer en cas de brûlure, d'infection ou de démangeaison ; des inhalations, en cas de rhume ; des compresses, pour plâtrer les fractures ; ou des pommades, contre les piqûres de moustiques. Les prescriptions n'ont pas changé depuis. Seuls le packaging et la fortune des chimistes ont progressé.

À l'origine de la renaissance de l'huile de théier, une société : Thursday Plantation.

Aujourd'hui, Christopher et Lynda Dean, les fondateurs, sont riches. Ils ont commencé sans un sou, il y a vingt ans. Christophe taillait des branches de théiers dans le bush. Il les distillait pour en extraire l'essence. Lynda écrivait les étiquettes à la main. Le week-end, la famille vendait les petits flacons sur les marchés. Thursday Plantation a remis au goût du jour ce produit naturel, le meilleur des antiseptiques en Australie avant l'apparition des médicaments synthétiques. Désormais, des centaines de fermiers plantent des millions d'arbres.

L'industrie phytothérapeutique est née. Des millions d'Américains ne jurent plus que par l'huile de théier : dentifrices, savons, bain moussant, déodorants, crèmes et gélules pour l'acné, la constipation, la circulation sanguine, la digestion et la vigueur sexuelle.
Et bien sûr les cure-dents à mâchouiller – 3,50 euros la boîte de 100.

N.I.B. de crise

Le caviste cool

À dix mètres de notre appartement, sur la très excentrique Oxford Street, je tombe stupéfait devant un caviste. J'y retourne régulièrement m'initier au vin australien. Vintage Cellars révolutionne le métier de caviste avec la multiplication de services inédits. Ça ne saoule personne et les magasins sont bourrés.

Il y a de nombreux marchands de vin à Sydney, mais les boutiques Vintage Cellars sont toujours pleines de monde. Ce groupe de quatre-vingts boutiques, filiale du géant de la distribution Coles Myer, a trouvé le truc. Son secret ? Offrir un maximum de services. « Goûter avant d'acheter. » Vintage Cellars propose une table de dégustation en self-service. Deux bouteilles sont à la disposition permanente des clients. « Emprunter des verres. » Voilà une autre bonne idée. Vintage Cellars prête de véritables verres. Il suffit de les rendre lavés le lendemain. « Rangement malin. » Les bouteilles sont rangées en fonction des plats qu'elles accompagnent. Une étagère pour les entrées, une autre pour les poissons, les viandes ou les desserts. Des étoiles classent chaque bouteille en fonction de son rapport qualité-prix. Tout cela est pratique pour les non-initiés. « Rendre ce qui n'est pas bu. » Le marchand récupère les bouteilles non consommées pendant les fêtes et les échange contre des bons d'achat. « Discount permanent. » Vintage Cellars offre une réduction de 10 % pour douze bouteilles achetées, même d'appellations et d'origines distinctes. L'adhésion gratuite au Club donne droit à d'autres promotions et à des cadeaux. Les autres services ? « La livraison gratuite », « l'ouverture jusqu'à 23 heures »... Ajoutez l'ambiance douce, la musique « easy listening » et les vendeurs décontractés et vous comprendrez la note attribuée par tous les clients : vin sur vin.

Autres N.I.B.

Autres N.I.B. australiennes

■

La maison de retraite écolo

J'ai attendu longtemps pour découvrir les détails de ce projet. Maintenant que je le connais, je trouve ça génial : quatre-vingt-dix villas pour des retraités encore très verts et qui n'auront plus à payer leur facture EDF-GDF ! C'est « The Green », une résidence privée mais sans golf.

Michael Mobbs, l'architecte dont nous visitons la maison verte à Sydney, garde le suspens pendant de longs mois : « Je travaille sur le plus gros projet écologique privé du monde. Je ne peux pas vous en dire plus pour l'instant. » Plus tard, Michael parle enfin. Gouvernement, médias et professionnels sont à l'écoute. Son projet s'appelle « The Green ». La construction a démarré en juillet dans le QueensLand, au nord-est du pays. C'est la première maison de retraite écologique au monde. Plus exactement : c'est un village de maisons de retraite. Il y en aura entre soixante-dix et quatre-vingt-dix. Les villas de deux à trois chambres sont à vendre autour de 80 000 euros. Prix auquel il faut ajouter un abonnement mensuel de 50 euros aux services collectifs. Mais les résidents ne paieront aucune facture d'électricité, de gaz ou d'eau. C'est pour cela que le village cible les retraités, la population la plus sensible aux économies mensuelles. The Green produit sa propre électricité, avec des panneaux solaires posés sur chaque toit. L'eau de pluie est recueillie et suffit aux besoins. L'eau sale et les ordures sont recyclées. Les matériaux de construction utilisent de la paille de riz et de blé. Ainsi, les espèces de bois ne sont pas menacées. Une maison verte et les seniors voient la vie en rose !

La poste franchisée

Avec trois mille licences, la poste est la première chaîne de franchises australienne ! Pourtant, les Australiens sont loin d'être timbrés.

Jamais vu un bureau de poste comme celui de notre quartier à Sydney. Heureusement, il reste un guichet pour poster ma lettre. Sinon, ça ressemble plus à un Office Depot qu'à notre bonne vieille poste française. On y vend : papeterie, accessoires informatiques, fax, téléphones portables, cartes de vœux, cadeaux, etc. Un supermarché de la communication, au sens large. En Australie, 80 % des bureaux de poste sont privés et sous franchise. La licence coûte entre 20 000 et 250 000 euros selon la localisation. Le retour sur investissement s'effectue en dix-huit mois ! Tout le monde peut devenir postier. De cette façon, les bureaux des petits villages de campagne restent ouverts… et rentables ! En France, la poste sera privatisée en 2009. Cinq ans, c'est tout proche !

Les étiquettes pour enfants

Chine les a repérées, je les trouve mignonnes et en commande un sac. On ne perdra plus les affaires d'Edmond dans les squares et les crèches !

En 1998, la fondatrice de Design A Name, une mère de famille, rêve « d'étiquettes sympas, avec des dessins marrants et des couleurs flashy pour que les enfants reconnaissent leurs affaires en un clin d'œil ». Elle démarre de son salon et se fait aider par une équipe de mères de famille qui travaillent chez elles. Aujourd'hui, l'entreprise livre dans le monde entier. Les soixante-dix étiquettes coûtent 13 euros. Ajoutez 5 euros pour l'expédition en France. À partir du site Internet, on choisit parmi dix couleurs, quatre styles d'écriture et vingt pictogrammes (ballon de foot, étoile, cœur, ours, dragon, avion, etc.). Les étiquettes

Autres N.I.B.

en vinyle se collent très facilement à la main sur les chaussures, les tasses et les crayons. Ou avec un fer à repasser sur les habits. Elles résistent à la machine à laver, au sèche-linge… et au four à micro-ondes.

La basse-cour de récré

En Australie, les parents dépensent beaucoup pour les fêtes d'anniversaire de leurs enfants. Ces fiestas demandent presque autant d'organisation qu'un mariage ! La dernière mode ? Faire venir à la maison des animaux de la ferme. La reconversion des basses-cours…

Les bébés animaux pour des petits enfants, c'est l'animation d'anniversaire la plus demandée. Une ferme miniature à domicile. Il faut voir la tête des petites filles qui donnent le biberon à un agneau. Et les hurlements quand elles caressent un veau, brossent un chevreau, prennent un poussin sur leurs genoux, jouent à cache-cache avec des lapins, grimpent sur un poney. « Les enfants des villes ne connaissent pas les animaux » se dit, en 1992, Bryce Chapman, un fils de berger diplômé d'une école de commerce. Il commence par conduire sa ferme ambulante dans les crèches. Succès immédiat. Il enchaîne avec les écoles, les centres d'animation, les hôpitaux pédiatriques. À chaque fois, c'est le délire. Bryce ne se contente pas d'exhiber ses animaux, il fait de la pédagogie. Il explique aux enfants comment ils vivent et grandissent. Rapidement, KindiFarm – la ferme des enfants – répond à des demandes pour des fêtes d'anniversaire. Nouveau succès. Aujourd'hui, Bryce profite de sa position pour appliquer des tarifs élevés – 190 euros pour deux heures avec les dix animaux et 140 euros avec les poneys. La demande est telle que KindiFarm se permet de demander un supplément de 20 % pendant les vacances scolaires et de 20 euros pour les week-ends. Par prudence, le fermier bâche le sol, installe des barrières, désodorise et nettoie les déjections. Une autre société s'est spécialisée dans les animaux typiquement australiens : kangourou, crocodile et hyène !

Autres **N.I.B.**

De bonnes actions

J'adore l'idée de Lady Mackintosh d'Halifax pour renflouer les caisses des associations humanitaires. Et j'espère qu'elle séduira un trader parisien. La vicomtesse transforme les vieilles actions en bonne action. Elle a distribué 5 millions d'euros à quatre cents associations. Le compte est bon et la comtesse aussi.

Depuis six ans, son association, ShareGift, collecte les actions de sociétés cotées en bourse dont les propriétaires ne veulent plus. L'astuce, c'est que les généreux donateurs de ShareGift ne s'appauvrissent pas. Ils s'enlèvent une épine du pied ! Après un héritage ou une crise boursière, que faire lorsqu'on se retrouve propriétaire d'un petit nombre d'actions qui ne valent pratiquement rien ? Les vendre coûterait plus cher que leur valeur réelle. Les conserver obligerait à les intégrer à sa déclaration fiscale.

Beaucoup de contraintes pour peu de profit. Grâce à ShareGift, on s'en débarrasse en se donnant bonne conscience. Un courtier partenaire de ShareGift vend les titres au plus haut du marché. Certaines sociétés font la promotion de ShareGift auprès de leurs actionnaires dans leurs rapports annuels. La vicomtesse anglaise n'a pas eu de difficulté à régler les problèmes juridiques et fiscaux qu'implique sa belle idée : elle a travaillé sur les marchés financiers de la City pendant seize ans. La quarantaine venue, elle change son fusil d'épaule et s'engage dans l'humanitaire. Elle lève 25 000 euros la première année et plus de 2 millions d'euros l'année dernière. L'argent est distribué à plusieurs associations : Unicef, WWF, Croix-Rouge, Alzheimer's Society… Beau geste. Royal, même.

Autres N.I.B.

Drôle de N.I.B. pour la fête des mères

Le moulage de bébés

Chine aurait adoré le faire. Un moulage des petites menottes potelées d'Edmond à sa naissance. Les mains et les pieds de bébés grandissent si vite. Elle aurait pu conserver ce souvenir toute sa vie ! Je trouve ça plutôt kitsch. Mais ça plaît aux parents et aux grands-parents. Surtout en Australie !

Cheryl et Trevor Riding, les deux fondateurs du « Petit Pouce » – Twinkle Toes – ont réalisé vingt mille moulages en cinq ans ! À travers soixante-quatre licences de franchise. Leur marque est présente sur tout le territoire. Pas besoin d'avoir une boutique. « Ce business peut se faire à la maison. Aux heures que vous voulez. » Le meilleur point de vente ? La maternité. Les franchisés Petit Pouce font de la publicité dans les hôpitaux et les écoles et reversent 3 euros par contrat signé à leurs bonnes œuvres. Le tableau avec le moulage de la main coûte 45 euros. Il faut débourser 80 euros pour la totale : deux mains et deux pieds ! Une idée de franchise sympathique à faire à la maison.

États-Unis

(Berkeley - Palo Alto)

1er avril – 30 juin 2003

Spiritualité & Business

“Trois mois en Californie
et nous trouvons notre voie ! ”

CHINE & LAURENT

LE JOURNAL DE CHINE EN CALIFORNIE

Au milieu du voyage…

Trois mois que nous avons commencé notre voyage et j'ai l'impression que cela fait trois ans ! Après la Chine, le Japon et l'Australie que je découvrais pour la première fois, c'est bizarrement en arrivant en terre connue, la Californie, que je commence à douter. Pourquoi me suis-je lancée dans cette aventure de tour du monde ? Je suis fatiguée de devoir tout réinventer à chaque étape. J'ai la nostalgie de Paris. Mes amies me manquent. J'aimerais retrouver mes habitudes ! Voyager et travailler en couple, c'est découvrir le monde en passant beaucoup de temps ensemble. Comment écrire ce livre de voyage et de business ? Nos discussions sont tendues. Qui décide ? Qui a raison ? Nous trouvons des solutions, mais il faut beaucoup parler !

Et puis, je comprends : nous sommes au milieu du voyage, le moment faible. Nous avons déjà parcouru un bon bout de chemin, mais il nous en reste encore l'équivalent à vivre… Avant de partir pour le Canada cet été, nous allons rester trois mois dans la région de San Francisco : à Berkeley, là où est né le mouvement contestataire américain, et à Palo Alto, au cœur de la Silicon Valley, la terre du high-tech. Laurent est en pleine forme. Les États-Unis, c'est le pays des N.I.B. ! Nous allons en découvrir des centaines ! Tout va mieux quand je décide de m'amuser, de retrouver des copines, d'avoir des activités…

BERKELEY
Avril/mai 2003

Deux mois spirituels et studieux

Californie… nous voilà !

Nous sommes début avril 2003, et la guerre d'Irak est programmée pour la semaine suivante. Comment allons-nous être reçus, compte tenu de la position du président français Chirac contre le président américain Bush ? Nous sommes tout de suite soulagés : « Bienvenue », nous souhaite l'agent de l'immigration, en français !

Sur Internet, j'ai pu voir les photos de la maison de Berkeley, elle a l'air fabuleuse ! Une maison en hêtre dans les collines, un endroit préservé, en pleine nature et proche de l'université. Le numéro s'inscrit sur une plaque en faïence de Provence ! Derrière la palissade, un jardin avec un carillon, un bouddha et une déesse indienne. Nous trouvons la clé cachée sous une fenêtre. L'intérieur s'ouvre sur la baie de San Francisco. Le salon croule sous l'artisanat indonésien, comme dans une échoppe de touriste. Dans le frigidaire, une bouteille de vin blanc, du fromage de chèvre, du pain, des raisins et des olives… La maison est confortable, avec trois chambres et deux salles de bain. Aux murs, des photos de famille. Nous voyons pour la première fois les échangeurs, Joanna et Robert, entourés d'enfants et de petits-enfants. Elle est activiste politique. Il est informaticien, passionné de philosophie. Des rayons de livres de philosophes français – Descartes, Sartre et Malraux, trio gagnant. Également des livres scientifiques et new age, sur la nutrition, la santé et les énergies.

Le seul point qui cafouille, c'est la propreté ! Dans notre chambre et

dans notre salle de bain, le ménage n'a pas été fait. Tant pis! Nous nous sentons quand même tout de suite chez nous!

Histoires d'eau

S'habituer à un nouveau lieu, ça prend du temps! Parfois, ce sont les petits détails qui énervent, pour pas grand-chose… Les appareils électroménagers américains sont très différents des européens! Il a fallu faire venir le fils de Joanna pour qu'il nous montre comment démarrer la machine à laver le linge: il faut tirer sur le bouton de réglage des programmes, au lieu de le pousser comme nous le faisions sans succès! Autre « choc culturel », le broyeur de l'évier que nous bouchons dès la première semaine. Les éviers américains possèdent tous un broyeur incorporé. On l'active pour se débarrasser des restes du repas, des épluchures de fruits et légumes. C'est autant de poubelles en moins. Le plombier nous explique le mode d'emploi: ne broyer que de petites quantités et laisser ensuite couler l'eau une minute. « Mais le mieux est de ne pas s'en servir, il n'y a que des ennuis avec ces trucs-là! » Conseil de pro…

C'est la crise?

La Californie est le plus grand État du pays: 35 millions d'habitants pour une superficie équivalente aux deux tiers du territoire français. comparable à la France. Elle vit sa plus grande crise depuis le crash de 1930. Endettée à hauteur de 35 milliards d'euros, elle a perdu deux cent cinquante mille emplois, principalement dans la Silicon Valley. À San Francisco, un ancien cadre fait la une des quotidiens. Il a distribué son CV dans la rue pendant six mois avant de retrouver du travail. Un ancien patron de start-up vit dans sa voiture. Comment en est-il arrivé là? Les services publics sont en difficulté en Californie. La baisse des budgets provoque la fermeture de postes de professeurs dans les écoles, restreint la prise en charge des plus démunis dans les hôpitaux. Après son obsession guerrière, la presse revient à l'économie. Mais elle ne s'intéresse qu'aux gagnants. Car les États-Unis demeurent le pays des success stories et des self made men. Les Américains ne peuvent compter que sur eux! Rien que sur eux, même…

L'esprit « côte Ouest » !

La région autour de la baie de San Francisco, la Bay Area, est à l'avant-garde de l'esprit « côte Ouest » : un esprit optimiste et entrepreneur de pionniers, ouvert sur l'Asie – sushi, zen attitude et yoga ; et l'industrie de l'informatique qui survit à toutes les crises. Au centre de la baie, San Francisco. Cinq cent mille habitants. On y marche comme dans les villes européennes. De l'autre côté du Golden Gate Bridge, Marine County, le pays des hippies et Bolinas, le village préféré de Laurent. Ses habitants y ont enlevé les panneaux d'indication pour rester tranquilles ! Au Nord, la Napa Valley, le Bordelais californien. Au Sud enfin, la Silicon Valley, notre prochaine étape : technologie, entrepreneurs, capital-risque…

Le « Big One », c'est pour quand ?

Notre maison à Berkeley est située sur la faille sismique de San Andrea, source de tremblements de terre le long de la côte Ouest. Les consignes de sécurité préconisent de ne pas avoir de tableaux, ni de bibliothèques au-dessus des lits, de disposer de réserves d'eau et de sacs poubelles et de stocker des lampes de poche. Dans le quartier des affaires de San Francisco, les immeubles sont en verre. En cas de catastrophe, les rues seront noyées sous les bris de glace… Pourtant, la vie continue comme s'il n'y avait pas de risque. Ceux qui s'inquiètent sont les étrangers. Catherine, une amie française qui habite dans la baie depuis cinq ans, dépose tous les matins sa fille à la crèche de l'autre côté du pont, près de son travail pour être du même côté en cas de catastrophe. « Si tout s'écroule, il faudra au moins quarante-huit heures pour revenir à la maison et je veux être avec elle pendant ce temps. » Du coup, j'y pense chaque fois que Laurent et moi traversons un pont et je prie pour qu'il ne s'écroule pas !

Concours de la poubelle la mieux triée de Berkeley

Depuis que l'écolodge australien nous a fait la leçon, Laurent trie nos poubelles avec application. Bouteilles en verre, papiers et cartons et déchets non recyclables. Chaque chose a sa place, dans une poubelle

distincte. Il se sent prêt pour le concours de la poubelle la mieux triée. Le « cash for trash » (« du pognon pour les ordures ») est organisé par la mairie de Berkeley afin de motiver ses habitants. Un employé municipal sélectionne une poubelle. Au hasard. Si tout a été bien recyclé et qu'il ne trouve ni papier, ni bouteilles, le propriétaire touche 5 000 euros ! Il a dû oublier la nôtre, nous n'avons rien gagné…

La tasse de café ? Un étendard !

Symbole du mode de vie américain, le « coffee mug », le gobelet de café. Les Américains aiment se balader dans la rue avec une tasse à la main. Même les poussettes ont un emplacement spécial pour le gobelet de café ! Plus personne ne fume mais tout le monde boit du café ! Finie, l'époque où l'on pouvait se moquer du café américain, ce « jus de chaussettes ». Jamais le café que l'on boit aux États-Unis n'a été aussi bon depuis que la société Starbucks Cafe a vu l'ampleur du marché et a inventé une nouvelle façon de le consommer, de l'expresso au capuccino, dans des cafés très bien pensés, en libre-service, non fumeurs, équipés de prises électriques pour brancher son ordinateur portable. En Chine, au Japon et aux États-Unis, les cafés Starbucks, c'était notre bureau ! Nous les attendons en France début 2004 !

Je découvre les « nouvelles façons de penser » !

Je m'intéresse depuis longtemps à la psychologie et à la thérapie familiale. Ici, à Berkeley, je suis au paradis ! Les Californiens sont à l'avant-garde de la vie « holistique », où le cerveau et le corps sont en harmonie. Ça me plaît ! Je découvre les nouvelles façons de communiquer, des méthodes inventées ou réinventées par les hippies depuis les années 60. Les meilleures ont évolué et sont toujours enseignées, et même, validées par les dernières recherches universitaires ! Ici, on fait du yoga, on participe à des groupes de paroles et on se fait aider par un « coach de vie », une personne qui pousse à inventer la vie dont on rêve. Cela aurait été dommage de ne pas en profiter ! Je me mets à la recherche de mon coach et la trouve… sur Internet ! Je découvre aussi la

« communication non-violente » pour dire la vérité sans blesser, des parents qui s'entraident pour passer les crises et la danse des cinq rythmes, une danse libre que je pratiquerai de retour à Paris. Je rêve de les apporter en France dans les entreprises!

Mais tout commence par une dispute…

Un moment difficile entre Laurent et moi

Edmond baragouine ses premiers mots! « Ballon, camion, chaussure, voiture »! Quelle étape! Et voilà qu'on se dispute, Laurent et moi!

– *Tu crois qu'il a faim?*

– *Non, il est fatigué, il s'est réveillé tôt ce matin.*

– *Mais si, il a faim! Tiens, Edmond, un gâteau!*

– *Non, Edmond, remonte dans ta poussette pour la sieste!*

Difficile de se faire confiance… et ça ne s'arrange pas.

Un livre me rassure: *When Partners become Parents*, traduit en France par *1 + 1 = 3*. C'est normal d'avoir des ajustements à faire quand on vient d'avoir un enfant. Quel bouleversement! Carolyn et Philip Cowan, les auteurs, travaillent à l'université de Berkeley. Ils ont étudié pendant dix ans cent couples, avant et après la naissance de leur premier enfant. Que se passe-t-il quand un bébé arrive? Pourquoi certains vont bien et d'autres entrent en crise? Pourquoi le nombre de divorces explose après cette « épreuve »? Pourquoi les parents qui ont un garçon divorcent moins que les parents qui ont une fille? Résultat de l'étude, ceux qui vont chercher de l'aide extérieure s'en sortent mieux.

Nous aussi décidons d'aller chercher de l'aide. Nous passons un coup de fil à notre « psychologue familiale » de Paris pour passer cette crise. En une heure au téléphone, tout est réglé! Heureusement, car Stéphanie part deux semaines en vacances avec ses parents venus la rejoindre. Pour arriver à travailler, on se fait un « planning d'Edmond » et on se le « refile » plusieurs fois dans la journée. Edmond n'a pas l'air traumatisé! Nous avons trouvé notre rythme. Plus tard, quand je comprendrais que, pour mieux travailler, il est préférable d'avoir du temps devant soi, nous nous le partagerons un jour sur deux, laissant à l'autre la journée entière de… liberté!

À Berkeley, les parents n'hésitent pas à participer à des groupes et à se retrouver autour d'un psychothérapeute pour discuter de leurs problèmes et échanger leurs émotions.

Des parents organisés

Les associations locales de parents démarrent souvent autour d'un groupe de mères d'enfants en bas âge. Ce qui manque le plus aux jeunes parents, c'est le soutien de l'entourage. Encore plus aux États-Unis, où les couples vivent souvent à plusieurs milliers de kilomètres de leur famille. Alors, ils s'organisent pour sortir de leur isolement. Le site des parents de Berkeley a été créé par une mère, étudiante en informatique en 1993. L'équipe est bénévole, le service gratuit… et ils envoient dix newsletters par semaine à sept mille parents qui participent ! Comment me serais-je débrouillée sans ce site ? J'ai trouvé une amie, une coach et toute une communauté de parents éveillés, généreux et parfois radicaux ! J'aime ces mères au foyer qui cuisinent des gâteaux en forme de zèbre, ces mères psychologues qui rassurent celles qui vont mal et ces mères naturelles, parfois psychorigides, qui culpabilisent celles qui donnent du sucre et du chocolat à leurs enfants ! @

Coachée à la californienne

Sur le site des parents de Berkeley, j'ai trouvé ma coach professionnelle. Claudia L'Amoreaux travaille dans la communication, le high tech, la cybernétique, dans les nouvelles façons de penser et de communiquer. Sa méthode ? « Apprendre à apprendre. » Mon expérience de newsfam.com, le site Internet féminin, lancé avec des amies en 1999 me fait encore souffrir. Claudia me rassure. Pour mieux rebondir, il faut que je « débugue » cette expérience. Comme un programme informatique. Ça fait partie du processus. Quand la liste de ce qui a été positif dans cette aventure sera plus longue que le négatif, je serai guérie. Claudia m'explique qu'il est plus facile d'avoir des buts élevés mais de commencer petit. Elle me donne sa méthode pour prendre le temps de réfléchir à ce que l'on veut faire et comment y arriver. C'est simple : il suffit de prendre des rendez-vous avec soi-même. Seule, avec

un cahier pour écrire, dessiner, lister. Ça marche très bien, ces rendez-vous avec moi-même ! Toutes les semaines, je prends ce temps « pour moi ». J'arrive à reformuler mes buts. La vie, c'est du changement. Pas facile de s'adapter tout le temps. Je vais la voir plusieurs fois avant de quitter les États-Unis. Je continuerai ensuite par téléphone une fois en France.@

La révélation de « la communication non-violente » !

« Communiquer, ça s'apprend » : voilà comment débute le livre sur la communication non-violente de Marshall Rosenberg, en français : *Les mots sont des fenêtres (ou des murs)*. Cette méthode, inventée à Berkeley, met l'accent sur le parler vrai et la qualité de l'écoute : le non-jugement, les émotions, les besoins de chacun et l'empathie. Tout cela résonne en moi !

Premier essai dans la vie réelle, après avoir dévoré le livre : le tapis de bain toujours chiffonné de notre salle de bain me sort par les yeux. Au lieu d'incendier Laurent avec un « tu pourrais faire attention à ranger les trucs ! C'est toujours moi qui fais tout ! », je teste la communication non-violente.

1 - Remarque objective : « Quand le tapis de bain n'est pas bien mis dans la salle de bain… »,

2 - sentiment : «… je suis énervée… »,

3 - besoin : «… parce que j'ai besoin de vivre dans une maison propre et rangée… »,

4 - action : «… alors si tu pouvais penser à le remettre droit avant de quitter la salle de bain… »

Ouf, j'ai réussi à tout dire sans bégayer ! Et que du positif ! Du coup, Laurent ne le prend pas mal. Il se marre : « Ah bon, je pensais que c'étaient surtout les journaux qui t'énervaient, alors je faisais attention à bien les replier ! » Oui, les journaux aussi… Je veux éviter le syndrome de cette femme qui suit un séminaire de l'auteur : elle se lève et dit : « Je viens de comprendre que j'ai passé vingt ans de ma vie à dire à mon mari que j'étais malheureuse, mais je ne lui ai jamais dit ce que j'aimerais pour être heureuse. » De retour à Paris, je veux continuer à découvrir cette méthode fondée sur l'empathie ! @

Les émotions, dès le plus jeune âge

Sur le frigidaire d'une famille de Français exilée pour cause de création d'entreprise technologique, l'une des filles de trois ans a dessiné une horloge dont les heures sont des émotions « passionnées ». Car les enfants apprennent dès la maternelle à exprimer leurs émotions. Laurent et moi trouvons cela formidable, apprendre à connaître et exprimer ce que l'on ressent dès le plus jeune âge. Dans les parcs, les pleurs d'enfant, et les cris des parents sont rares. Les Berkeleyiens écoutent et respectent les désirs de leurs enfants.

Pour être heureux, suivez le guide

C'est la nouvelle morale américaine, il faut être heureux et rester zen. « Pourquoi travailler sur le malheur alors qu'on ne connaît rien des gens heureux ? » s'est demandé David Niven, un psychologue de l'école du bonheur, dans *Les 100 secrets simples des gens heureux*, pas encore traduit en français. Autre succès en librairie, les jeux de cinquante-deux conseils en forme de cartes à jouer. Cinquante-deux conseils « pour occuper ses enfants en voiture », « pour s'amuser sans télé », « pour faire de l'art un jour de pluie ». Toute une collection écrite par Lynn Gordon et publiée par Chronicle Books, à San Francisco. À 6 euros le paquet, ça se vend à des millions d'exemplaires ! « Des petits cadeaux faciles et pleins d'humour », me dit un des vendeurs de Barnes & Nobbles, la chaîne de librairies américaine. Autre gadget-cadeau : les mini-kits édités par The Running Press. Une boîte en carton, format paquet de cigarettes. Mini-kit bonzaï, mini-kit pour rester zen, mini-kit pour être belle… Les mini-kits pour « des nuits de passion » contiennent un masque, une plume, une « toupie des désirs » et un mini-livret érotique… @

Energy healing et orgasmes multiples

Une amie de San Francisco nous parle de sa vie bouleversée grâce à l'« energy healing ». Il s'agit d'un travail de transfert des énergies du corps pour retrouver un équilibre émotionnel, super tendance en Californie ! Laurent prend rendez-vous avec une femme qui guérit et

enseigne. Nous y passons l'un après l'autre. Laurent le premier. Quand il en ressort, il flotte au-dessus du sol, dégage une incroyable sérénité et… une énergie palpable! Pour moi, c'est comme un an de psychanalyse mais concentré sur une heure. Oui, j'ai ressenti de mauvaises énergies sortir de mon corps par la tête! Mais j'étais déjà en pleine forme!

Sur le même registre, notre ami Édouard Servan-Schreiber vient passer une semaine à San Francisco. Nous le retrouvons à la terrasse d'un café grec aux abords du campus. Édouard salue quelqu'un toutes les cinq minutes. Il est chez lui ici. Il a fini sa thèse de mathématiques à Berkeley. En rentrant à Paris, il a écrit *Conversations impudiques* avec Madeleine Chapsal. Un livre sur la sexualité, relatant son expérience californienne d'« orgasmes multiples ». Confession intime et sensible, racontée avec humour et finesse.

Les étudiants s'encouragent

Je fais partie du jury de fin d'année d'un cours à l'université de Berkeley. Le prof, Ken Goldberg, est chercheur en technologie. En 1994, il fut le premier faire du « télé jardinage » via Internet, avec un robot qui plantait des graines et les arrosait… Ses étudiants présentent leurs travaux en équipe. Ils doivent imaginer le contenu de la formation d'ingénieur dans vingt ans. Première surprise : sur cinquante élèves, seuls deux sont nés aux États-Unis : il y a vingt nationalités! Deuxième surprise : près de la moitié des futurs ingénieurs sont des filles! Troisième surprise : les élèves se notent. Sur la feuille d'évaluation, il faut indiquer deux aspects positifs et innovants et deux suggestions constructives pour s'améliorer. Rien de négatif, que du positif. Et toujours pour encourager à faire mieux, sans dénigrer.

Le pilates, pour bétonner les abdos

À Paris, nous faisons du yoga depuis trois ans. @ À Berkeley, je découvre une gymnastique plus récente que la pratique millénaire indienne : le pilates. Madonna lui doit ses abdos d'après grossesse. La méthode a été inventée par Joseph Pilates dans les années 20. Cet Allemand que la légende décrit rachitique et malade s'est remis en forme seul sur son lit d'hôpital en étudiant les muscles de son corps, Il

est devenu prof de gym et a inventé des machines à leviers et à ressorts. Les exercices peuvent aussi se pratiquer sur un simple matelas. J'y vais tous les jours à l'heure du déjeuner et je continuerai à Palo Alto, dans un studio extraordinaire, où le propriétaire donne des cours de yoga et de pilates transcendants ! @ Pour les pros du yoga, le pilates c'est « du yoga en moins complet », dixit notre professeur parisienne Virginie Boé. Mais pour se faire des abdos en béton et se remuscler le dos, ça marche.

L'aquagym pour tous

Avec le yoga, l'aquagym est mon sport préféré. Cardio et muscu, sans impact. Partout dans le monde et même à Paris, chaque piscine a sa méthode. Dans les piscines du YMCA – le Young Male Christian Association, depuis longtemps mixte et laïque –, j'ai l'impression d'être squelettique par rapport aux filles des cours d'aquagym. Elles sont obèses, mais une fois dans l'eau, elles deviennent agiles comme des sirènes. Les jeunes ont des piercings sur le visage et les cheveux rasés. Elles osent se montrer en maillot, alors que d'autres se cachent pour deux kilos de trop ! Au YMCA, je n'ai jamais vu autant de cours différents d'aquagym : Aqua Tai-chi, Aqua yoga, Aqua Aerobic, Aqua boxing, Water Pilates, Aqua Funk… Le directeur du centre a pensé à tout le monde en adaptant des cours selon les niveaux de chacun… @

Ma copine Laura a gagné sa carte verte à la loterie !

Quelques jours après m'être inscrite sur le site des parents de Berkeley, je reçois un e-mail de Laura. Elle a vu mon nom parmi les nouveaux venus et propose de nous rencontrer. Nous nous retrouvons pour un café. Elle me raconte son parcours, arrivée de Belgique avec son mari, quand leur fils était encore tout bébé. Laura a gagné sa carte verte à la loterie. Elle n'est pas la seule : ils sont cinquante mille chaque année, à obtenir ainsi le droit de vivre et de travailler aux États-Unis. Comme le Loto, si on ne tente rien… Laura a joué deux fois. Après avoir vu une annonce dans un journal, elle a envoyé 40 euros. Son futur mari, français, a tenté le coup lui aussi. Rien, la première année. Puis banco ! Laura vit le rêve américain. Après trois années de petits boulots,

de galères, d'espoirs et de désespoir… à faire comme tout le monde ici et jongler entre les boulots : commerciale pour un traiteur français, prof de français et même créatrice d'une ligne de bijoux ! Aujourd'hui, Laura a décroché son job de rêve, au marketing international de Leapfrog, une société de jouets électroniques.

Son histoire m'inspire. Immigrer, pourquoi pas ? Nous en parlons avec Laurent. Nous souhaiterions vivre entre les deux pays, prendre le meilleur des deux ! Sans lâcher complètement la France ! @

Dernières impressions avant Palo Alto

Je suis triste de quitter Berkeley. En deux mois, j'y ai pris mes habitudes : pilates tous les jours à midi, rendez-vous avec des entrepreneurs créatifs, amis du coin, coach de développement personnel…

Avant de quitter une maison, nous en faisons le tour avec Edmond pour dire au revoir. « Au revoir la maison, au revoir la chambre d'Edmond, au revoir les Bouddhas… » « Owoir, owoir, owoir », répète Edmond avec des signes de la main. J'ai la voix étranglée. Je déteste les départs. Mais depuis que je me force à dire au revoir, c'est plus facile à vivre ensuite. Edmond, lui, n'a pas l'air traumatisé ! Quand nous arrivons dans une nouvelle maison, il court de pièce en pièce, excité par un nouvel espace à découvrir. Avec Edmond et Laurent, nous disons une dernière fois « au revoir à Berkeley, à la maison, aux arbres, à la colline ». Je sais que nous reviendrons !

De Berkeley à Palo Alto, une heure et demie de voiture et d'autoroute, en traversant San Francisco. Pour déménager de cent trente kilomètres, il nous faut deux jours et autant de stress qu'un voyage en avion. Une journée pour tout ranger et faire les sacs, une autre pour déménager et quitter Berkeley. C'est l'étape la plus petite de notre tour du monde et pourtant nous avons l'impression de changer de pays. Berkeley est boisé, peace & love. Palo Alto est sec et bétonné, business et capital-risque.

PALO ALTO
juin 2003

Au cœur de la Silicon Valley, l'argent, le networking et la technologie…

La vie high-tech de « la vallée »

Notre nouvelle maison pour un mois a été construite dans les années 30. Un pavillon de trois chambres, au jardin doté d'une glycine en fleur qui vaut 1,5 million d'euros ! Ici, les loyers ont explosé avec les années Internet et ne sont pas redescendus. Les meubles sont un mélange de styles, avec des faux Louis-Philippe massifs comme dans les hôtels. Dans les bibliothèques, *Comment élever un enfant doué*, *Comment devenir un consultant millionnaire*, *Comment ranger sa maison*. Edmond est gâté : les deux enfants de la maison lui ont laissé tous leurs jouets !

Le couple avec lequel nous échangeons cherche du travail depuis deux ans. Elle était dans le marketing high-tech et ne trouve rien depuis la crise de 2000. Alors elle joue du violoncelle, sa passion. Lorsqu'un voisin sonne à sa porte et lui demande de lui donner des cours de musique, elle refuse, « ce n'est pas mon métier », même si son fils de huit ans lui dit : « Mais maman, il propose de l'argent ! » Le père est chef de projet dans la sécurité informatique et s'est mis à son compte en attendant de trouver une place salariée. Ils ont hésité à venir à Paris. Pouvaient-ils se permettre un mois de vacances ? Finalement oui : ils aiment trop la France ! Ils nous ont invités à bruncher un dimanche quand nous étions encore à Berkeley. Intéressant de se rencontrer « dans la vraie vie » après avoir échangé des e-mails. J'avais l'impression de voir nos doubles dans la Silicon Valley. Voilà à

quoi nous aurions pu ressembler si nous étions venus habiter ici il y a dix ans… Après la visite de la maison, celle du quartier : le parc, les pistes à vélo, l'école… Un service de nettoyage vient faire le ménage toutes les semaines, une équipe de deux ou trois personnes, pendant une heure. Pour le jardin, une autre équipe débarque. L'éternelle histoire du boulot des nouveaux immigrants…

Je suis grisée de vivre au paradis de l'informatique !

À Palo Alto, les logiciels ont des noms inspirés par les rues de la ville. Les entreprises commencent par « tech » ou finissent par « gen ». Nous sommes au cœur de la vie high-tech. Et moi, je suis au paradis. Je connais les noms de toutes les villes voisines : Mountain View, Menlo Park, Cupertino… L'histoire de l'informatique s'est faite ici. Et ça me fascine. Le PARC, le centre de recherche de Xerox, à deux minutes de chez nous, a inventé la souris qui a changé le monde des ordinateurs. Toujours actif, ce centre vient de développer une technologie « pour imprimer à l'encre des circuits intégrés » !

Pour aller à mon cours de pilates, je passe devant le siège de Google, le moteur de recherche le plus célèbre du monde, utilisé par un tiers des Américains. Le mot Google est entré dans le vocabulaire courant : « Je l'ai googlé avant de le rencontrer pour savoir ce qu'il avait fait » ou « tu trouveras sur Google » en parlant de tout et n'importe quoi. Nos voisins travaillent tous dans la high-tech, chez Apple, Intel, Sisco, Yahoo… « C'est comme Sochaux pour Peugeot et Clermont-Ferrand pour Michelin », me dit Laurent, déprimé par le matérialisme de la vallée. Moi, je suis grisée par cette banlieue.

Dans la Ford Explorer que nous ont prêtée nos échangeurs, je conduis des kilomètres tous les jours sur El Camino, la plus vieille route de la Californie qui descend jusqu'au Mexique. Quand j'avoue à une amie de San Francisco que je vivrais ici toute ma vie, elle prend l'air dégoûté : « Dans la vallée ? Mais il n'y a pas de culture, ni d'art, ni de musée ! »

Si, il y a un musée : celui de l'informatique…

L'informatique a son musée

Je pleure devant le premier ordinateur du monde. C'est l'ENIAC, l'ordinateur achevé en 1946 et financé par l'armée américaine. Quand j'ai su que le musée de l'informatique venait de rouvrir dans un nouveau lieu, j'ai pris rendez-vous pour une visite guidée. Le guide bénévole, un informaticien à la retraite, nous fait entrer dans un hangar où sont alignés les ancêtres du numérique par ordre chronologique. Dans notre groupe, un ancien informaticien est venu avec ses deux petits-fils adolescents qui passent la visite à soupirer d'ennui ! Leur console de jeux japonaise n'aurait pourtant jamais existé sans ces vieilleries !

Notre guide s'arrête devant une machine : « En fait, c'est celui-là, le tout premier ordinateur. Il a été construit par un ingénieur allemand, dans son salon, avant la guerre. » Des années avant l'ENIAC ? Le guide continue : « Heureusement, le type est mort, et personne n'a été au courant dans l'armée allemande, sinon… » Sinon, la puissance de calcul d'un ordinateur, à l'époque, aurait permis aux Allemands de décoder les communications ennemies, d'améliorer les trajectoires des missiles… et de gagner la guerre !

Plus futile, « l'ordinateur de cuisine » pour la ménagère des années 70 ressemble à une console de pilotage des premiers Star Trek. Son prix : 30 000 euros ! Tout le monde en a parlé, mais personne n'a pu s'en servir. Trop compliqué !

Je m'extasie devant une caisse en bois remplie d'électronique, l'Apple I, qu'il fallait monter soi-même avec un fer à souder. Je repère un Minitel marron et beige premier modèle, perché sur une étagère, noyé parmi les ordinateurs des années 80. Il mérite mieux ! Un tapis de velours ! Un piédestal doré ! Mon chauvinisme se réveille. Du coup, je me demande où est le Micral, le tout premier micro-ordinateur du monde, inventé par le Français André Truong ? Et la Pascaline, le premier calculateur conçu par Pascal au milieu du XVIIe siècle ? Elle est au musée des Arts et Métiers à Paris, notre musée de l'informatique français… @

De l'optimisme qui nous booste !

Les amis de nos échangeurs nous invitent à un brunch autour de leur piscine. Ils nous demandent si nous nous intéressons aux start-up. Je réponds qu'il ne faut plus dire « start-up », car ça porte malheur. Je sais de quoi je parle !

En Europe, c'est un mot stigmatisé. Ils ne comprennent pas, car ils travaillent tous dans des start-up ! Ils ont gardé la foi. Une copine me demande si « c'était ma première start-up ? » lorsque je lui raconte mes mésaventures. Et *Fortune*, l'hebdomadaire économique, ouvre sur un article d'histoire de la technologie : ce n'est pas la première fois que les médias ont signé la mort de la Silicon Valley. Déjà en 1983 ! La crise est repartie avec l'invention de l'ordinateur personnel. Et en 1992 ! Là, c'est l'invention du Web qui a évité le cauchemar. Quelle sera la prochaine révolution high-tech ? Ça, c'est *the* question que chacun se pose ici. Pour en profiter tous ensemble…

Le génie de la boutique Apple

Je suis impatiente de me connecter à Internet avec mon ordinateur Powerbook dans les cafés équipés en wi-fi (réseau sans fil). Mais ça ne marche jamais ! « Aucun réseau Airport dans cette zone. » Pour comprendre, j'apporte mon Mac à l'Apple Store de Palo Alto, une boutique Apple conçue comme un iMac blanc. Au fond, le « bar du génie ». Le génie est un type flegmatique, en tee-shirt noir, tranquille derrière son comptoir. Il me prend mon Powerbook et l'ouvre d'une pichenette. Par une combinaison de touches magiques il fait apparaître sur l'écran un panneau de configuration sorti du plus profond du système. « Pas normal… » Ouf. Je lui donne du fil à retordre. Il annonce son diagnostic : « Les cartes françaises sont bridées car l'armée utilise les fréquences des réseaux sans fil. Sur la dizaine de fréquences disponibles aux États-Unis, seules une ou deux sont libres en France. » J'essaie de voir jusqu'où il peut aller. Pourrait-il, d'un coup de tournevis, débloquer ma carte ? Hélas, non ! Suggestion pour Apple : avoir un mauvais génie, caché dans un sous-sol, et qui ferait des bidouilles illégales…

Les jeux vidéo, c'est du sérieux

Un ami de Laurent, Frédéric Descamps, termine son MBA à Stanford. Il a créé un club autour des jeux vidéo. Pas pour jouer, mais pour travailler dans cette industrie. « Si vous pensez que les jeux vidéo ne plaisent qu'aux adolescents qui jouent seuls dans leur chambre, vous vous trompez ! Ce marché est le secteur des médias et des loisirs qui grandit le plus vite avec des ventes mondiales de 35 milliards d'euros. »

Frédéric m'invite à une conférence qu'il organise à Stanford. La business school de l'université a des batteries d'ordinateurs à écrans plats, une télé qui annonce le programme de la journée et les événements du soir. Salle 107, un amphi avec une vingtaine d'étudiants, dont un tiers de filles. Steve Allison dirige le marketing d'Atari, le nouveau nom de la société française Infogrames ! Il est venu de Los Angeles. C'est un body-buildé de trente-cinq ans, habillé tout en noir. J'imagine ce type lever des poids et suer sur des machines tous les matins à 6 heures avant d'aller au boulot, pendant qu'il nous parle du jeu Matrix 2 sorti en même temps que le film. Un an et demi pour travailler la presse : des fêtes avec des célébrités, des tours mondiaux pour les journalistes et un communiqué de presse tous les jours durant le mois précédant la sortie. Atari ? 1 milliard d'euros de chiffre d'affaires. Ils ne ciblent plus seulement les adolescents, mais aussi les adultes. Et bientôt le troisième âge ? Car le marché vieillit. Dans vingt ans, il faudra sans doute adapter le « gameplay » des jeux aux mains rhumatisantes ! @

Et soudain… Steve Jobs !

Je prends un verre avec ma copine Paula, en fin d'après-midi, au café Borone de Menlo Park, le café avec la plus grande terrasse de la région. Soudain, le regard de Paula est attiré de l'autre côté de la baie vitrée :

– Hey, c'est Steve Jobs !

– Lui ? Ce type en short, avec sa barbe ? Tu sais qu'Apple est l'un de nos sponsors ?

– Et il est en famille, dit Paula comme si elle parlait d'un animal s'approchant d'un point d'eau.

Fondateur et patron d'Apple, l'homme le plus riche de la Californie

(Bill Gates de Microsoft habite dans un autre État!) se promène à l'air libre avec sa lionne et leurs deux lionceaux. La lionne, crinière auburn, boots à talons hauts et pointus, veste en cuir fauve. Les deux lionceaux ont dans les dix ans.

Maintenant, je peux l'avouer, j'étais amoureuse de Steve Jobs, il y a longtemps. C'était ma star de l'informatique! Je sors mon appareil photo, mais impossible de le paparazzer. J'ai ma dignité. Surtout, je suis morte de trac.

– Vas-y! dit Paula. Dis-lui que tu veux le remercier!

– Oh, je vais pas le déranger avec ça… il s'en fout…

– Ils entrent dans la librairie, sûrement pour acheter Harry Potter à leur fille!

Je ne sais pas ce qui me prends, mais je me lève et pars les rejoindre. Steve Jobs est facile à repérer. Il lit un volume du rayon « Physique ». Il est seul. Je me lance, mon carnet de journaliste à la main pour me donner une contenance. Je bredouille un « merci de nous sponsoriser dans notre tour du monde ».

– Chine, il répond, quelle chance de te voir enfin! Je regrette de ne pas t'avoir épousée il y a quinze ans!

Mais non, ce n'est pas vrai! En vrai, il murmure un vague « sure » en reculant d'un pas, l'air dégoûté. Je repars déçue. Plus jamais, je n'aborderai une star! Même une star de l'informatique! Il m'a fallu attendre trente-six ans, c'est la première et la dernière fois. J'ai trop honte!

À Stanford, ça court dans tous les sens

Laurent veut nous montrer les jardins de l'université, à dix minutes de la maison. « Palm Drive », la route des palmiers conduit au cœur de l'université, à l'architecture d'hacienda mexicaine. Incroyable, le nombre de joggeurs le long des allées du campus. Certains courent torse nu, en sueur. D'autres sont en vélo de cross, avec casque et chaussures adaptées. Nous en croisons des centaines avant de passer devant le stade olympique qui annonce: « Les championnats d'athlétisme américains dans deux jours. » J'aime mieux ça: c'était juste des pros qui s'entraînaient!

Stanford est une université privée fondée au début du XXe siècle par la famille Stanford, propriétaire des chemins de fer de l'Ouest améri-

cain, l'Internet de l'époque! Les Stanford ont perdu leur fils avant qu'il ne rentre à l'université. En son honneur, ils ont donc créé Stanford University. Le centre commercial leur appartient aussi. Nous achetons un tee-shirt Stanford à Edmond, couleur cardinal, les couleurs de l'université et de l'équipe de foot. Depuis toujours, la compétition est féroce – et motivante – entre les deux grandes universités de la région : Berkeley, la publique, a plus de prix Nobel. Mais Stanford, la privée, dispose de plus de moyens pour les étudiants. Dans les deux cas, en sortir diplômé est un must.

Networking à gogo !

Les réseaux relationnels, il n'y a que ça de vrai depuis la crise économique. Le « networking » fait partie des mœurs et de la logique du business. Toutes mes copines font du networking. Elles cherchent du travail, du financement et de l'inspiration. Les mères au foyer sortent de leur isolement en organisant des groupes de jeux pour leurs enfants. Les femmes actives se regroupent en associations professionnelles pour s'apporter des affaires.

Dans la Silicon Valley, je pourrai aller à trois réunions de network féminin chaque jour! À peine arrivée, elles me tendent la main, se présentent, me donnent leur carte de visite, me demandent ce que je cherche, ce que je fais, comment elle peuvent m'aider… Et passent à la suivante. Personne n'est laissé dans son coin. Même si on est mal maquillée, crevée et déprimée, il y a toujours une autre femme pour vous parler. Jamais vu ça ailleurs!

La soirée glaces de l'Association des Femmes Scientifiques

« Avec les mecs, on boit de la bière. Ici, on déguste des glaces! » Pour deux dollars l'entrée, on mange des crèmes glacées, on picore des sushi et de la salade César au parmesan. Idéal pour trouver un job, bosser sa thèse et contacter les chercheuses. Et ce, depuis 1971. À 75 euros l'adhésion annuelle, il faut en être pour construire sa carrière dans les sciences.

FWE, le club des femmes les plus puissantes de la Silicon Valley

Susan Hailey, la directrice de FWE, flotte sur un nuage après la soirée de financement qu'elle vient d'organiser. « À notre dîner annuel, se retrouvent les femmes les plus importantes de la Silicon Valley. Même Laurene Powell-Jobs, l'épouse de Steve Jobs. Trois cents femmes P-DG et plus de 100 000 euros levés ! »

Susan m'a donné rendez-vous dans l'un de ses endroits préférés, University Cafe, un restaurant italien au cœur de Palo Alto. Elle commande un jus d'ananas et moi un thé épicé. « Il y a beaucoup de femmes de pouvoir dans la Vallée. Nous avons toutes un network. Si nous décidons de le partager, il devient exponentiel. Aider les autres, ça nous profite aussi. » L'association compte huit cents membres. Toutes les femmes, de vingt à soixante-quinze ans, qui veulent monter leur business ou devenir cadre haut placé, peuvent adhérer. Leurs origines reflètent la diversité de la Silicon Valley : des Européennes, des Indiennes, des Chinoises… « Leur langage commun, c'est le business. Ici, il y a les cerveaux et la créativité. L'industrie de la technologie a besoin de gens intelligents, réceptifs aux nouvelles idées. Ce n'est pas comme ça partout aux États-Unis ! Même si l'économie a été bizarre ces derniers temps… » Susan fait un geste de la main pour éloigner les mauvaises ondes qui planent parfois sur la technologie. « On ne peut pas explorer la créativité sans explorer aussi du négatif ! »

L'association multiplie les séminaires : « Dix semaines pour apprendre à devenir P-DG. » « Six semaines pour apprendre à écrire un business plan et lever de l'argent. » « Comment faire partie d'un conseil d'administration ? »

Ici, les histoires heureuses se terminent par « Ils se sont rencontrés, il a financé sa boîte et ils ont eu de jolis millions ! » Un club plus fermé regroupe les soixante-dix P-DG qui ont levé plus de 3 millions d'euros auprès des capitaux risqueurs. Je peux en faire partie ? Moi aussi j'ai levé plus de 3 millions d'euros en France ! « Bien sûr. Ici, les échecs sont considérés comme normaux. John Chambers s'est loupé quatre fois avant de lancer Cisco, l'une des plus belles réussites de la Vallée ! C'est

comme les enfants, ils tombent avant de savoir marcher. Il faut tomber pour apprendre. » Je craque pour son discours optimiste. Susan termine son jus d'ananas et regarde sa montre. « En ce moment, tout le monde a du temps. Il faut en profiter pour refaire son network. Quand l'économie ira mieux, vous n'aurez plus de temps ! »

Le WTC de San Francisco, l'incubateur pour femmes

Ça se passe un mercredi matin, à San Francisco. Je dois me lever à 6 heures avant de passer une heure dans les embouteillages… Mais la récompense est à la hauteur de mes espoirs : le WTC est une association qui aide les jeunes entreprises dirigées par des femmes à devenir grandes : le principe d'un « incubateur », comme pour les poussins. Elle ouvre ses portes une matinée par mois. Je me retrouve autour d'une table de réunion. Kim Fisher, la directrice, se présente et propose à tous de faire de même. Et voilà, le networking commence. Tout le monde est heureux de parler de soi et de découvrir qui sont les autres. Il y a deux coaches, trois consultantes, deux investisseurs, une comptable, deux entrepreneuses, une étudiante.

Je me présente et avoue avoir encore du mal à oublier mon expérience. Cela fait rebondir Kim Fisher. Elle aussi est « entrepreneuse en convalescence ». C'est ça l'expression, « recovering entreprenor » ! « Il y a eu autant de moments fantastiques que de passages atroces. Nous sommes nombreuses dans ce cas ! » me dit-elle. Sa start-up a fait faillite, ce qui ne l'a pas empêchée de se reconvertir dans le conseil aux nouvelles entreprises.

L'incubateur a été fondé en 1998 par Catherine Muther, ancienne directrice marketing de Cisco, ayant fait fortune. À l'époque, seulement 4 % des sociétés financées par le capital-risque étaient dirigées par des femmes. Catherine Muther a compris qu'elles avaient des difficultés à trouver des financements parce qu'elles avaient moins de relations que les hommes. Elle a donc créé cette association pour aider les femmes à networker avec les capitaux risqueurs et leur apprendre à lever de l'argent.

Je rêve… Venir m'installer ici, y incuber ma prochaine société… Prendre le cours de « pitch », pour séduire les investisseurs. Mon

préféré ? Le célèbre « elevator pitch » – le discours de l'ascenseur : comment convaincre un investisseur bloqué avec vous dans un ascenseur, avant d'atteindre le rez-de-chaussée ?!

Les premières sociétés du WTC étaient technologiques. Après le crash du Nasdaq, l'incubateur s'est ouvert aux « sciences de la vie », la biotech. Puis aux « entreprises sociales », plus porteuses aujourd'hui. C'est le cas d'« Upwardly Global » qui aide les émigrants à retrouver leur travail d'origine dans leur pays natif. C'est ainsi que soixante personnes ont retrouvé une vie meilleure : un chauffeur de taxi de San Francisco est redevenu avocat, une femme de ménage infirmière, un cuisinier médecin. « Girls for a change » aide les filles des banlieues pauvres à s'en sortir en les poussant à créer des projets qui améliorent leur vie, en les coachant et en leur présentant des mentors, d'autres femmes qui ont réussi, mille lycéennes par an apprennent à prendre leur vie en main.

Le livre de référence sur les réseaux…

Nous avons la chance de rencontrer Francis Pisani. Outre ses activités de recherches et de journalisme, il écrit un livre passionnant sur le networking mondial, avec le spécialiste américain de la guerre en réseau, John Arquilla. Francis prépare un cycle de conférences sur la structure et la conception des réseaux, et analyse comment cela bouleverse la façon de travailler.

Crise avec Stéphanie

Depuis le départ de sa famille venue lui rendre visite, Stéphanie passe plus de temps dans sa chambre. Au début du voyage, nous trouvions ça génial, cette discrétion, cette politesse, cette délicatesse. Mais maintenant, nous sommes alarmés. Un dimanche, lorsque je suis à la gym, Laurent oublie ses clés et Stéphanie ne se lève pas pour lui ouvrir la porte. C'est urgent de mettre les choses au point pour vider l'abcès le plus tôt possible. Je la « convoque » dans le bureau.

– On sent que quelque chose ne va pas… Qu'est-ce qui se passe ?

– Il n'y a rien à manger dans le frigidaire.

Me dire ça, à moi, une vraie mère nourricière alors que le frigidaire, le congélateur et les placards débordent ! Je ne comprends pas. Elle continue :

– Laurent achète des yaourts au chocolat alors que moi je n'aime que les yaourts nature.

– Oui, j'ai oublié une fois de t'en acheter, répond Laurent. Mais toi aussi tu peux aller faire les courses.

J'essaie la méthode de la « communication non-violente », tentant de me mettre à sa place avec empathie :

– Tu es malheureuse parce qu'il y a des problèmes de nourriture ?

– Oui, je n'aime pas votre cuisine alors je m'achète des salades toutes faites au supermarché, mais j'en ai marre. Je ne sais pas faire les courses, je ne sais pas faire la cuisine. À la maison, c'est ma mère qui fait tout.

La communication non-violente, ça marche ! Stéphanie n'est plus énervée contre nous, elle a compris que ça venait d'elle.

– Il y a autre chose qui ne va pas ?

– Edmond, il est rachitique, tout maigre avec un gros ventre.

– Ah non ! je m'indigne. Il a le petit ventre des enfants de son âge !

– Vous ne le nourrissez pas assez. Hier, au déjeuner, il avait juste une saucisse et deux tomates…

– Et des pâtes, et des yaourts, et des fruits…, dit Laurent qui reste calme, sans doute grâce à la lecture de son livre consacré aux conversations difficiles.

– Vous lui donnez vos restes du restaurant chinois. Ça ne se fait pas de donner des restes de canard laqué à un bébé! Je n'ai jamais vu ça.

Là, je comprends. C'est un problème de différence culturelle. Cinq mois qu'elle doit être choquée par nos habitudes !

– Stéphanie, je pense que tu es très malheureuse, lui dit Laurent.

– Oui, je vais péter un câble. La France me manque.

– Si tu décides de rentrer, ce ne sera pas un échec : on a passé cinq mois ensemble et on se rend compte que ça ne peut plus continuer, c'est un réajustement, dit Laurent.

Elle se lève soulagée. Je la comprends. Elle est seule depuis cinq mois ! Parfois, c'est difficile pour moi, alors que je voyage avec l'homme

que j'aime et notre enfant, et que j'ai choisi ce projet, ces maisons, ces pays ! Elle, elle nous suit !

Le lendemain, nous en reparlons. Elle a décidé de rentrer et nous surprend encore :

– Je vous remercie de m'avoir emmenée. J'ai passé de très bons moments. Vous avez un fils génial. Il va me manquer.

Elle partira trois jours plus tard, un matin tôt. Sans nous dire au revoir. Dommage, j'aurais bien aimé lui dire adieu !

À trois, c'est très bien aussi !

Il nous reste deux mois de voyage. Nous nous partageons Edmond, un jour chacun… et découvrons les joies du bac à sable quotidien. Comme je parle français à Edmond, nous attirons tous les francophones de la ville. La vie est finalement plus simple. Nous récupérons une chambre pour les amis. Nous sortons moins le soir, mais après une journée entière avec Edmond, celui qui s'en est occupé n'a plus un gramme d'énergie une fois qu'il est au lit, paré pour sa nuit de douze heures. J'en profite aussi pour soigner ses maux de dents à l'homéopathie « for kids ». Découvrir l'homéopathie, alors que les produits sont fabriqués par des entreprises françaises… Mais ici, dans les drugstores depuis vingt ans, on trouve des pastilles pour calmer les poussées dentaires. Ça marche aussi bien que le Doliprane.

Départ festif et promesses de retour

Je suis régénérée par ce mois passé dans la Silicon Valley. Un seul désir, y revenir l'année prochaine et créer des ponts avec la France. J'ai envie de fêter notre départ. Le dernier samedi, nous invitons des entrepreneurs, des amis, des voisins… Je prépare un clafoutis et chaque invité apporte un plat comme le veut la tradition américaine. Français et Américains se mélangent pendant notre cocktail. Je suis fière d'avoir créé un « network » mais triste de quitter la Californie et son optimisme, ses technologies et ses nouvelles façons de penser, de communiquer et de vivre. Après la fête, ça va mieux. Je sais que je reviendrai !

Les N.I.B. en Californie

L'Amérique toujours n° 1

Les États-Unis restent le pays le plus entreprenant du monde. Le business est une obsession. Il faut faire de l'argent à tout prix ! Les entrepreneurs sont plus valorisés qu'ailleurs. Comme nous sommes restés plus longtemps que dans les autres pays, nous y trouvons plus de N.I.B. qu'ailleurs. Pour en faciliter la lecture elles sont classées en six tendances.

Éthique – Pour bébés – Bien-être
Pour le marché des seniors – High-tech – De crise

N.I.B. « éthique »

Les excès du capitalisme américain sont bien connus et de plus en plus critiqués. Manipulations financières, dureté des licenciements, vision mercantile du monde, etc. Mais il y a des raisons d'espérer l'émergence d'une autre Amérique. Voici quelques exemples d'entreprises « éthiques » pour qui donner du sens n'est pas un discours marketing !

« ***Se dépenser pour une cause*** », c'est pratiquer un sport utile aux autres. Il s'agit d'une part de relever un challenge sportif – marathon, course cycliste, longue marche – et d'autre part de trouver des fonds pour des causes humanitaires. « ***Dîner pour une cause*** » suit la même logique, se faire plaisir en même temps que faire du bien. La Silicon Valley n'oublie pas d'« ***entreprendre pour l'Afrique*** ». Ma N.I.B. préférée, celle que j'aurais voulu lancer moi-même, c'est « ***l'agence de pub ethnique*** ». Une grande opportunité de business et en même temps un enjeu politique qui ne laisse personne indifférent en France. Je découvre une banque humaine : « ***l'entreprise militante*** ». Et un nouveau métier, « ***l'acheteuse écologique*** ».

N.I.B. éthique

Se dépenser pour une cause



Courir…

En cinq ans, onze mille personnes ont levé 35 millions d'euros en courant le marathon avec Aidsmarathon. Quand le sport permet d'entretenir son corps… et celui des autres.

Courir le marathon, mon rêve. Si nous étions restés six mois à Palo Alto, je l'aurais fait, en suivant le programme d'entraînement d'Aidsmarathon, conçu par l'ancien champion olympique Jeff Galloway. C'est intense. Deux courses individuelles de trente minutes par semaine et une course collective le week-end. Le coach recommande les chaussures à acheter et ce qu'il faut manger. En six mois, des débutants peuvent participer à leur premier marathon, celui d'Honolulu à Hawaï. Mais courir quarante-deux kilomètres n'est pas le seul challenge à relever. Il faut également s'engager à trouver de l'argent pour la lutte contre le sida, 3 000 euros minimum. Des spécialistes du « fund raising » expliquent comment motiver ses voisins, collègues de bureau, amis, journalistes. Relever deux défis. J'imagine la fierté des participants. Un corps d'athlète, un moral de champion. Et le sentiment d'avoir été utile. Courir pour une cause qui nous dépasse, voilà une bonne raison de transpirer et de se réveiller à l'aube pour un petit footing !

Pédaler…

C'est la même idée que le marathon sauf que ça se passe en vélo. Grâce à Aidslifecycle qui ne pédale pas dans le vide.

Premier défi : pédaler de San Francisco à Los Angeles. Neuf cents kilomètres en sept jours ! Second défi : trouver 2 200 euros pour soigner les malades du sida. L'entraînement est progressif : soixante-quinze kilomètres la première semaine. Puis ensuite, deux cent cinquante kilomètres chaque semaine. Et la grande course en juin. L'organisateur est l'association des lesbiennes et homosexuels de San Francisco. Pour la première édition, en 2000, les neuf cents participants ont réuni 4,4 millions d'euros.

… et marcher

Au café Starbucks de Palo Alto, Chine aborde une femme qui porte un tee-shirt « Avon Breast Cancer Walk » (marche Avon contre le cancer du sein). Pour faire reculer le cancer, pas le choix : il faut avancer. Et ça marche.

Debbie a quarante-cinq ans. Au printemps 2001, elle a parcouru à pied et en trois jours les cent kilomètres qui séparent San José de San Francisco, soit toute la Silicon Valley. La deuxième partie du challenge était de trouver 1 500 euros par personne. La marche est organisée par Avon, la multinationale de cosmétiques vendus en porte-à-porte. « Je n'avais jamais autant marché. Et j'ai récolté 5 000 euros. En souvenir de la mère de ma meilleure amie qui venait de mourir d'un cancer du sein… » confie-t-elle à Chine. L'entraînement dure trois mois, avec ou sans son chien, et toujours en équipe. L'entourage procure un soutien indispensable. Pendant l'épreuve, l'émulation collective, l'ambiance pleine d'énergie et d'espoir font aussi la différence. « Il y avait des femmes de tous les âges. Et quelques hommes. Un type nous suivait en camion. Il mettait la musique à fond : la chanson *Pretty Woman*. »

N.I.B. éthique

Dîner pour une cause

■

Une association finance le traitement du sida grâce à des restaurants ! En servant les plats, on sert aussi la cause. Merci Dining Out For Life.

Saul, notre bistrot fétiche à Berkeley, est un « deli » de style new-yorkais. L'équivalent américain du bouchon lyonnais. Banquettes en skaï rouge, tables à damiers blancs et noirs. L'ambiance est chaleureuse. La bonne bouffe est célébrée : sandwich de pastrami, coleslaw et cheesecake. Le 29 mai, Saul organise une journée Dining Out For Life. L'association collecte 25 % des additions des quarante restaurants participants – 7 euros pour la nôtre. Elle reverse les fonds à un centre de traitement des malades du sida d'Oakland, la ville voisine. Ce jour-là, mille quatre cents personnes ont donné 33 000 euros. C'était la première année pour Berkeley.

Mais l'association est présente dans toutes les grandes villes américaines. Les restaurants compensent leur manque à gagner : plus de monde vient manger chez eux ce jour-là. Et ils fidélisent la clientèle en se donnant une bonne image.

Ça ne coûte rien aux consommateurs qui font une bonne action tout en se faisant plaisir. Pour cette raison aussi, Saul est notre restaurant préféré !

N.I.B. éthique

Entreprendre pour l'Afrique

Des machines vendues moins de 100 euros permettent à des Africains de créer leur entreprise. Et huit cents personnes se lancent chaque mois grâce à Approtec.

David Fisher est un ingénieur de quarante ans. Son rêve est de rendre l'Afrique plus autonome. « L'Afrique souffre du manque d'entreprises privées. Elles ne représentent que 7 % des emplois au Kenya. Sans classe moyenne, il n'y a pas de démocratie », explique le fondateur d'Approtec. Pour aider les Africains à créer leur entreprise, David leur vend des outils pour l'irrigation, le transport, la construction et la transformation des aliments. Les machines sont fabriquées sur place pour en baisser le prix de vente. Et ça marche ! Au Kenya et en Tanzanie, Approtec a déjà convaincu vingt-neuf mille entrepreneurs. Ils génèrent 30 millions d'euros de chiffre d'affaires ! Comme Janet, par exemple. Cette veuve de six enfants ne disposait que d'un seau pour irriguer son champ. Elle ne pouvait gagner sa vie. Elle découvre alors la pompe à eau. Approtec sait que, comme 90 % des Kenyans, Janet n'a pas l'électricité. Alors, pour pomper, on utilise ses pieds. Ça ressemble aux « steps-master » des salles de gym. Elle emprunte 70 euros pour se payer la pompe. Aujourd'hui, elle gagne 3 200 euros par an, envoie ses enfants à l'école et emploie deux personnes à plein temps. David Fisher ne veut pas s'arrêter là. Il veut contribuer à créer encore plus d'entreprises. Alors, il cherche des fonds, car son association n'est pas rentable : « En donnant 200 euros, vous créez une entreprise qui va générer 4 000 euros. Notre rapport est de 1 à 20. C'est unique ! »

N.I.B. éthique

L'agence de pub ethnique

■

Le marketing ethnique, c'était ma N.I.B. perso. Mais, finalement, je la partage. Ce nouveau business représente déjà 3 à 5 % du marché publicitaire américain, autour de 5 milliards d'euros. En France, les perspectives sont réelles, mais l'idée ne plaît pas à tout le monde. Un front républicain se dresse contre la publicité multiculturelle. Je crois au contraire que reconnaître l'existence des communautés aide la République. On va donc en voir de toutes les couleurs.

Le marketing ethnique ou multiculturel pourrait ressembler au marketing générationnel (qui, lui, cible les enfants, les femmes ou les seniors). Il concerne un groupe culturel : les Beurs, les Blacks, les Chinois, les Portugais, les Juifs, etc. Pour intéresser le marché publicitaire, le groupe doit réunir trois conditions. Sa population doit atteindre une masse critique intéressante. C'est le cas en France où les minorités représentent un tiers de la population. Le groupe doit disposer d'un pouvoir d'achat conséquent. C'est aussi le cas. Et, point crucial, son identité culturelle doit être homogène. C'est encore le cas en France, où les minorités ont des habitudes de consommation distinctes. Il y a deux niveaux de publicité ethnique. Le premier s'arrête à l'image. C'est l'identification immédiate. La couleur de peau. Le type. Le second niveau est plus subtil. Le message est retravaillé pour s'inspirer de la culture de chaque groupe : ses traditions, ses habitudes, sa musique, ses couleurs. Les publicités sont diffusées dans deux types de médias. Médias communautaires ou thématiques et médias grand public ou généralistes. Au-delà de la publicité, il y a des actions de sponsoring et de mécénat auprès

des associations communautaires. Ensuite, peut se poser la question de la langue. Un problème plus américain que français. En effet, aux États-Unis, 60 % des Latinos ne parlent qu'espagnol. C'est devenu la seconde langue du pays. Résultat, les grandes entreprises deviennent bilingues et traduisent tout.

Dans l'Hexagone, la publicité ethnique est encore un enjeu politique. Dans un pays où une personne sur trois n'est certainement pas d'origine caucasienne – « blanche ». « Ici, c'est encore tabou. Le modèle communautaire américain s'oppose au modèle républicain français. Contrairement aux USA, le recensement ne demande pas l'origine ethnique, ni les préférences sexuelles des Français ! Mais les entreprises se débrouillent pour trouver les chiffres », m'explique Anne Sengès lorsqu'elle vient dîner à la maison. Journaliste à San Francisco, Anne a jeté un pavé dans la mare tricolore. Son livre, *Etnik ! Le marketing de la différence,* fait bouger les choses. Des agences, des annonceurs, des médias se réveillent. Un livre blanc rédigé par la société Sopi est aussi disponible sur Internet.

Pourtant, aux États-Unis, le marketing ethnique est une opportunité pour les marques qui augmentent leur part de marché. C'est également le seul marché de la communication en croissance. Dans les médias, je découvre des publicités inédites en France. Des Blacks conduisent des Ford et des General Motors. Des Asiatiques-Américains boivent des bières Budweiser et téléphonent avec un Nokia. Des Latinos paient avec leur carte de crédit Visa et roulent en Toyota. Le banquier Charles Schwab parle chinois aux Chinois et l'opérateur de téléphone SBC vietnamien aux Vietnamiens. « La Californie est le premier État des USA où les Blancs sont une minorité. Il n'y a d'ailleurs pas de majorité ethnique. Et j'en suis très content », nous apprend Kavi, le fils de notre hôte de Berkeley. Kavi est blanc.

Le recensement américain de 2000 fait office d'électrochoc en révélant que la population Latinos, issue de l'immigration du Mexique et d'Amérique latine, est passée en vingt ans de 10 millions à 39 millions

d'individus, soit 13,4 % de la population totale. Les Afro-Américains (Blacks) sont désormais 38 millions, soit 13,3 %, et les Asiatiques, 13 millions, soit 5 %. Du coup, les grands groupes de communication se réveillent et rachètent les agences de publicité et les médias « éthiques ».

Un nouveau métier apparaît : « directeur du marketing ethnique ». Dans de nombreuses multinationales : American Express, Coca-Cola, IBM, General Motors, Kodak et Verizon Wireless. Le directeur du marketing ethnique étudie le rapport entre un groupe ethnique et un produit de consommation. Où et comment achètent-ils produits de vaisselle, services bancaires, voitures, etc. ? Y a-t-il des références culturelles par rapport à ces produits ? Ensuite, il gère le budget dédié aux communautés, crée et traduit des publicités spécifiques et mène les actions de mécénat et sponsoring ciblées.

Un exemple de campagne réussie ? Le café Folgers (du groupe Procter & Gamble) qui veut conquérir le marché des Latinos. Au réveil, les Latinos sont heureux et en forme car, selon leurs croyances, on peut mourir la nuit.

Dans les publicités, le café Folgers du matin sera donc une façon de remercier Dieu d'être vivant. Alors qu'au contraire, les pubs de café pour Blancs montrent des gens qui ont du mal à se réveiller. En adaptant son message, Folgers devient numéro un dans la communauté Latinos.

Aux États-Unis, les pionniers de cette activité font fortune. Souvent immigrés, ils osent se lancer au début des années 80 dans un climat pourtant défavorable aux minorités. Ils affirment alors à leurs clients : « Vous ne connaissez pas ces clients. Pourtant, ils ont leur propre identité. Et leur pouvoir d'achat est loin d'être négligeable. J'en fais partie, donc je les connais. Je vous les apporte. Et ça vaut de l'argent ! OK ? »

Aida Levitan, quarante-huit ans, est l'une de ces pionnières audacieuses. D'origine cubaine – communauté Latinos – elle fonde l'agence Sanchez & Levitan en 1986. Devenue depuis la sixième agence de marketing hispanique avec une centaine de salariés et 75 millions d'euros de

budget, Aida vend des images qui s'inspirent de la culture Latinos : ses traditions, ses habitudes, sa musique, ses couleurs. Ses clients sont des sociétés de téléphone, des supermarchés et des marques de boisson. En 2001, Aida vend son agence au français Publicis. « Maurice Lévy, président de Publicis, est un ardent défenseur de la communication multiculturelle » rappelle Fausto Sanchez, l'associé d'Aida.
Comme les autres pionniers, Aida devient une star du business, une héroïne dans sa communauté et un modèle d'intégration pour les jeunes.

L'entreprise militante

■

J'aime cette idée. Même si je n'ai pas pu la tester, car un touriste ne peut obtenir de carte de crédit aux USA. Working Assets, ce sont 35 millions d'euros distribués à des causes humanitaires et trois cent cinquante mille clients dans le secteur de la banque et des télécommunications.

Peut-on aimer sa banque ? Peut-on être fier de son opérateur télécom ? Avec Working Assets, oui. Car, à chaque règlement en carte de crédit, 10 centimes d'euros partent à l'association humanitaire de votre choix. Vous décrochez votre téléphone et 1 % du prix de votre communication est donné à une cause.
Vous pouvez également arrondir votre facture à l'euro supérieur et offrir la différence. Ou acheter auprès de partenaires – libraires, fleuristes… – qui reverseront ensuite 5 % de leurs ventes à une cause. Workings Assets distribue les fonds collectés à une cinquantaine d'organisations qui militent en faveur des droits de l'homme, de la liberté d'expression, de la lutte contre la pauvreté ou de l'éducation. C'est également une entreprise militante qui a créé un forum Internet de discussion et une radio pour encourager ses clients à s'exprimer sur des sujets qui les concernent à la fois comme consommateurs et comme citoyens : l'interdiction des armes à feu, la protection de l'environnement, l'abolition de la peine de mort, etc. Comme si Attac ou GreenPeace se lançaient dans le business en France : la carte bancaire Attac et le téléphone mobile Greenpeace, je m'abonne !

N.I.B. éthique

L'acheteuse écologique

C'est un business intermédiaire et malin, un lien entre les fabricants de produits écologiques et les clients pressés mais soucieux de bien-être. Futile ? Non, utile. Et porteur !

Les produits écologiques ne sont pas faciles à trouver.

Delia Montgomery est la première acheteuse personnelle spécialisée dans l'écologie. Elle conseille, repère et achète pour ses clients. Elle facture 45 euros de l'heure, quand un « personal shopper » pour milliardaire prend 1 800 euros. Les spécialités de Delia, ce sont les produits écologiques pour la maison : plancher et meubles en bois d'espèces non menacées ; peintures naturelles sans produit toxique ; linge de maison écologique ; papier recyclé, etc. Pour le corps aussi : sous-vêtements en coton biologique ; chaussures en chanvre ; bijoux recyclés ; produits de beauté naturels ; épices biologiques, etc. Et pour le jardin : accessoires de jardin en plastique recyclé ; graines biologiques ; barrières en bambou, etc.

2002, après trois ans d'activité, elle a empoché 40 000 euros, et elle n'a besoin de personne pour l'aider à les dépenser !

N.I.B. « pour bébés »

Grâce à notre fils, nous découvrons le business « pour bébés », les activités pour enfants de six mois à cinq ans qui fleurissent aux États-Unis. Les enfants ont autant d'activités que les parents !
Il y a beaucoup à apprendre de « ***la crèche américaine*** ».
Quand il pleut et qu'on s'ennuie à la maison, « ***le musée des enfants*** » est idéal. Edmond aime autant « ***les salles de jeux*** » que « ***les cours de musique*** ». « ***La K7 de la fortune*** » est un produit miracle pour calmer les bébés le soir venu. Les anti Gap trouvent leur bonheur avec les tee-shirts « ***les bébés hard-rock*** ». L'été, une colonie originale permet de passer « ***les vacances en ville*** ».

N.I.B. pour bébés

La crèche américaine

■

La différence entre les crèches françaises et les crèches américaines, c'est le chiffre. Le leader Kinder Care gère mille trois cents crèches, accueille cent vingt mille enfants et est coté en bourse ! Un jeu d'enfant ? N'exagérons rien…

La tenue sévère de Wanda Sawicka contraste avec son sourire chaleureux. Elle est la directrice de la crèche Kinder Care la plus proche de Berkeley. Wanda était architecte en Pologne. En arrivant ici, elle découvre la psychologie enfantine et intègre Kinder Care dont elle gravit tous les échelons. « Je vais vous donner le secret de notre rentabilité » glisse-t-elle à Chine. En 2002, le groupe dégage 15 millions d'euros de bénéfices pour 750 millions d'euros de chiffre d'affaires – et 11 % de croissance ! « On gagne de l'argent avec les enfants de plus de trois ans – il faut une éducatrice pour douze enfants. En dessous, ce n'est pas rentable, car il faut alors une éducatrice pour quatre enfants. Mais on les accueille pour rendre service et fidéliser les parents. »
L'établissement de Wanda s'occupe de cinquante enfants de plus de trois ans et vingt en dessous. Avec la crise, les parents au chômage gardent leurs chéris à la maison. Il n'y a pas d'aide parentale pour régler les 1000 euros de frais mensuels. Comme les concurrents sont nombreux – Childrensworld gère six cents crèches et Brighthorizons quatre cents –, il faut innover en permanence. La différence se fait sur la qualité des services proposés aux enfants… et aux parents. Chez Kinder Care : café et petits déjeuners gratuits ; baby-sitting le soir pour sortir en amoureux ; visites gratuites chez le pédiatre ; dépose des frères et sœurs à l'école ; caméra Internet pour voir ses enfants depuis son bureau. Et ouverture toute l'année, de 6 h 30 à 18 heures. Kinder Care gère aussi des crèches d'entreprises. Edmond, qui se fait câliner par les éducatrices, resterait bien chez Kinder Care.

Le musée des enfants

Habitot, une salle de jeux en intérieur, ce sont deux cents visiteurs par jour et 800 000 euros de budget. Et on ne s'y embête pas…

C'est samedi. Il pleut des cordes. Edmond s'agite, il veut sortir. Heureusement, nos hôtes ont prévu le coup. Ils ont laissé une liste « d'activités à faire avec un enfant énervé en cas de pluie ». Nous fonçons chez Habitot.

Pendant deux heures, Edmond explore les huit salles de jeux au milieu de dizaines d'enfants de son âge, à partir de un an. Il y a tout ce qu'ils aiment faire. La salle d'eau pour jouer aux petits bateaux. Le supermarché avec étalages de fruits et légumes en plastique à mettre dans des mini-caddies. Un mur à peindre avec des peintures… comestibles. Un bureau avec de vrais téléphones, des ordinateurs et des télés qu'ils peuvent casser. Des structures en mousse à escalader. Et même une navette spatiale avec des équipements récupérés auprès de la NASA ! Gina Moreland est la fondatrice de ce paradis pour enfants – « children museum » disent les Américains. « J'étais fatiguée de ne pas savoir où emmener mes enfants les week-ends de pluie » explique cette ancienne institutrice de quarante-sept ans. En 1993, elle trouve une salle, imagine les activités interactives et les jeux avec des spécialistes. Elle crée une association. « Le but n'est pas de faire de l'argent. Habitot joue un rôle social. Je ne fais pas payer les familles défavorisées. » Pour les autres, l'abonnement annuel de 70 euros est une bonne affaire. Sinon, l'entrée adulte est de 6 euros, et de 5 euros pour les enfants. Avec deux cents visiteurs quotidiens et six cents en hiver, Habitot ne désemplit pas. Certains viennent tous les jours. Le budget de l'association est de 840 000 euros : 60 % viennent des donations et 40 % des entrées. Elle ne reçoit aucune subvention.

Aujourd'hui, Gina aimerait lancer une salle pour adolescents.
« Mes enfants ont grandi, ils ont entre dix et quatorze ans !
Et il n'y a pas grand-chose d'intelligent pour eux. »
Edmond retourne souvent chez Habitot, même quand il fait beau.
Nous avons demandé à Gina ses conseils pour lancer une salle de jeux.
Faites-vous héberger par un centre commercial, une crèche, ou votre mairie pour ne pas payer de loyer. Faites du merchandising, les marges sont meilleures. Vendez des tee-shirts, à manger et à boire.
Commercialisez votre sélection de jeux (7 % des recettes d'Habitot).
Louez la salle pour des anniversaires.

Les salles de jeux

■

Des salles de jeux faciles d'accès pour enfants de moins de trois ans, ça ne peut que marcher. À défaut et en désespoir de cause, de retour à Paris sous la pluie, je fais jouer Edmond dans les magasins de sports et de jouets !

Chine me donne un coupon pour une séance de jeux chez Gymboree. Des mamans rencontrées au parc lui ont transmis le tuyau. Dans un petit centre commercial, une salle de 120 m^2 remplie de parcours fantastiques : ponts, tunnels, toboggans, échelles, ballons, mini paniers de basket, tubes géants à rouler…
Tout est neuf, propre et estampillé des couleurs maison : rose, vert, bleu et jaune. Gymboree est un gros business : cinq cent trente franchises dans vingt-sept pays (dont trois en France, mais loin de chez nous malheureusement !). L'investissement est élevé : entre 70 000 et 140 000 euros. Pour les clients, ce n'est pas donné non plus.
Ici, on paie à l'heure : 13 euros. Tous les centres suivent le même calendrier. La journée est découpée en quinze cessions de jeux, de cours de musique ou de dessin. Chacune est destinée à une classe d'âge. Gymboree n'a pas hésité à se lancer dans les produits dérivés : tee-shirts, casquettes, nounours… Je craque pour un CD de Country Music. C'est une bonne idée, de la musique pour enfants que les parents peuvent écouter plus de cinq minutes ! Ces activités peuvent coûter cher. Mais, que ne ferait-on pas pour le bonheur de nos bébés chéris. Et pour s'offrir une heure de tranquillité !

N.I.B. pour bébés

Les cours de musique

■

Un professeur de musique ouvre son école. En musique. Que du bonheur pour ses élèves… dès six mois ! C'est Jingle Jamboree Music. Et le prof connaît bien la chanson…

« Ouverture le 1er mai ! » indique la vitrine d'une boutique sur Solano Avenue, la rue commerçante au cœur du Berkeley familial. Une grappe de parents avec enfants est agglutinée devant la vitrine. « Pour fêter notre arrivée dans le quartier, nous offrons une séance gratuite. » Quels rois du marketing, ces Américains ! Mais Edmond n'a même pas dix-huit mois. Pas de problème, c'est ouvert aux bébés dès six mois. Le samedi suivant, à 9 heures du matin, Chine entraîne Edmond à moitié réveillé. Ils apprennent le tube de l'été : « Sing and sing and sing and STOP ! » ; « Dance and dance and dance and STOP ! » ; « Walk and walk and walk and STOP ! » Edmond rit aux éclats à chaque « STOP ! ». Il apprend à tourner sur lui-même, à sauter. Les parents s'amusent autant que les enfants. Chine y retourne tous les samedis. Avec dix enfants et dix parents, la salle est aussi remplie qu'un bon cours de gym. Cette méthode d'enseignement excitante et dynamique est l'invention de Kodaly, un musicien hongrois. Jeff Luna Parks, la quarantaine joviale, est l'animateur de Jingle Jamboree : « C'est important d'apprendre le silence. Mais ne contrariez pas vos enfants s'ils font du bruit. » Jeff a monté son business il y a quatre ans après avoir adopté un enfant. Il voulait lui consacrer plus de temps et a quitté son poste à l'école élémentaire. L'ancien fonctionnaire a appris le business pas à pas. Il a collé ses affiches de pub et a démarré dans le salon d'une voisine avant de pouvoir louer sa boutique. Avec onze classes, Jeff gagne 4 000 euros par mois. Et a pu renvoyer l'ascenseur à sa voisine : elle utilise son espace pour démarrer un nouveau business de fêtes d'anniversaire thématiques.

N.I.B. pour bébés

La K7 de la fortune

■

Un peu par hasard, une jeune mère conçoit une cassette vidéo pour son bébé. Et la baptise *Baby Einstein*. Quatre ans plus tard, elle revend sa société à Disney pour 25 millions d'euros. Un conte de fée pour la maman et du rêve pour les enfants.

Comment calmer Edmond à la fin d'une journée ? Avec la vidéo de Baby Einstein. Une succession d'« objets, jouets, animaux et fruits » qui s'animent sur des concertos de Mozart. Les yeux rivés sur l'écran du Mac, Edmond est captivé. Ses séquences préférées : la marionnette du dragon vert qui tire la langue en faisant « Blah », les otaries en plastique et le métronome qui fait « tic-tac tic-tac ». Julie Aigner-Clark, une jeune mère d'Atlanta, fonde sa société en 1997. Elle réalise sa première vidéo amateur, toute seule dans sa cuisine. « Le débat sur l'intérêt des images pour le développement des bébés n'était pas mon problème. Tout ce que je voulais c'est qu'il reste tranquille assez longtemps pour me laisser prendre une douche » explique-t-elle.

Toutes les mères qui, elles aussi, ont besoin d'« hypnotiser » leur bébé se précipitent pour l'acheter. Pendant longtemps, ce sera le seul produit disponible. Quatre ans plus tard, Julie revend sa société à Walt Disney Company. Aujourd'hui, Baby Einstein détient 90 % du marché des vidéos et DVD pour bébés aux États-Unis. Une niche en pleine croissance !

Le style artisanal des débuts risque d'évoluer rapidement. Disney veut déployer la marque dans le monde entier et fidéliser les consommateurs au berceau. Quant à Julie, elle profite de son succès et ne travaille plus que comme consultante pour sa société.

N.I.B. pour bébés

Les bébés hard-rock

Le hard-rock, ce n'est pas uniquement pour les grands enfants que nous tentons de rester. Ressembler à ACDC dès trois mois, c'est possible ! Merci, Metal Babies…

Pendant le barbecue de nos amis Laura et Renaud, Edmond joue avec un petit garçon de son âge. Max porte un tee-shirt noir avec un logo rouge « Maternica. Ride the tricycle » (Conduis le tricycle). C'est un pastiche du groupe de rock « Metallica ». Ce clin d'œil est l'œuvre de Mark Devito, trente ans, un designer professionnel de tee-shirts de concert. Il ne veut pas habiller son enfant chez Baby Gap et c'est un fan d'Iron Maiden. Son fils doit donc lui ressembler ! « Le pastel, très peu pour moi. Je ne veux pas que mon fils me dise à dix-huit ans : Papa, tu étais nul de m'habiller comme un bébé modèle. » Alors, il détourne le nom de ses groupes préférés – AC/DC devient BA/BY – et crée sa propre marque : Metal Babies. La société vend des habits trash de zéro à quatre ans. Les vêtements bruts, achetés 3 euros chez un spécialiste du coton fin et doux, et vendus 12 euros, lui laissent une marge confortable. Un mois après avoir ouvert son site Internet, Mark reçoit la première proposition de rachat de son entreprise ! Il la refuse pour conserver son indépendance. On n'est pas alternatif pour rien ! Le hard-rock, c'est un esprit… et un look.

Les vacances en ville

City Camp est la première colonie de vacances qui permet aux enfants d'apprendre à gérer la ville.

Chine a donné rendez-vous à Tim Allen, le fondateur de City Camp, dans un café Wifi de Berkeley. Il prépare son programme qui démarre en juillet 2003. « À la naissance de mon fils, j'ai pris conscience de ce que représente une ville pour les enfants. Des dangers, avec les voitures. Mais aussi des terrains de découverte et d'éducation. J'ai imaginé City Camp pour leur apprendre à vivre en ville en toute sécurité. » Tim concevait des programmes éducatifs au Musée de Californie à Oakland. Il commence sa société avec une étude de marché sur les colonies de vacances. Puis, il se lance. La cession de deux semaines coûte 450 euros. Les enfants, de cinq à douze ans, apprennent les règles de sécurité avec les pompiers et comment traverser les rues avec les policiers. Ils se promènent dans l'Université de Berkeley.
Ils apprennent à lire un plan et à se déplacer dans le métro et les bus. La ville dévoile ses coulisses : le bureau du maire, la rédaction d'un journal, la décharge municipale. Tim leur montre comment garder une ville propre en recyclant leurs déchets et en économisant l'eau.
À la rentrée, City Camp, en partenariat avec les écoles élémentaires, formera les enfants après l'école.

N.I.B. « bien-être »

La Californie est le royaume du « bien-être ». Nous en profitons pour nous refaire une santé en découvrant de belles N.I.B. Chine essaie les nouveaux sports qui sont des business rentable. « ***Le pilates*** », pour avoir des abdos en béton. Elle se laisse tenter par « ***la folie du yoga*** », car des nouvelles salles ouvrent partout ! Le club réservé aux femmes « ***women only !*** » et un sympathique « ***danse, aérobic et vieux tubes*** ». Toutes ces activités nous donnent faim. Nous dévorons de « ***la glace au soja*** » et « ***les chips naturelles*** ». Et rêvons d'un « ***fast-food bio*** ». La nourriture biologique n'est plus un secteur marginal. C'est un marché de trente milliards d'euros.

N.I.B. bien-être

Le pilates, des abdos en béton

■

Quelle différence entre le pilates et le yoga ? La mode et l'argent ! Le pilates a le vent en poupe. Depuis que Madonna clame qu'elle en fait tous les jours, le nombre de pratiquants double chaque année.

J'aime le dépouillement du yoga. Je le pratique n'importe où sans avoir besoin d'aucun équipement. Le pilates s'inspire du yoga, mais zappe la méditation pour se concentrer sur le travail physique. Pour le pilates, il faut acheter des accessoires. Des cerceaux pour faire des cercles avec les bras. Une brique pour la position du Cobra. Une machine pour les abdos. D'ailleurs, Michelle Melendez n'est pas une prof de sport comme les autres. Elle dirige d'une main de fer un « camp d'entraînement » de pilates. Après deux ans d'activité, Michelle gagne de 3 000 à 5 000 euros par mois. Ses quinze clients paient 170 euros pour une session de cinq semaines. Michelle se diversifie également dans le coaching téléphonique. Elle supervise par téléphone les séances de gym de dix clients au régime puis forme huit coaches par téléphone avant de travailler pour l'école des pompiers. Sans oublier de faire marcher une personne handicapée deux fois par semaine. Avec elle, le sport, ça ne plaisante pas !

L'impression de Chine

« Pilates-Cardio Bootcamp tous les matins à 6 heures. Première semaine gratuite. Venez renforcer votre cœur, perdre votre graisse et allonger vos muscles. » Je repère la publicité sur la grille d'un stade de sport, entre le cimetière et l'école, à deux cents mètres de notre maison de Palo Alto. Waouh, du pilates, un entraînement militaire à la Marines et

des promesses de rêve. Je crève d'envie d'y aller ! Allez, courage ma fille, j'essaie ! Je mets dix jours pour me réveiller à 5 h 30 du matin.
Mais ça vaut le coup. Toute la journée, je suis fière de mon exploit : cent pompes, deux cents abdos, dix tours de stade en courant. Les premières vingt-cinq minutes, c'est du pilates, mais sans repos, on enchaîne les mouvements. Ensuite, trente-cinq minutes de musculation avec des poids et, enfin, le footing.
Ça me donne une pêche olympique. Mais ça se complique. Une fois sur deux, je n'arrive plus à me réveiller avant l'aube. Mon corps dit « STOP » ! Après la semaine d'essai, c'est fini pour moi. Michelle, elle, n'abandonne pas la partie. Elle me rappelle plusieurs fois : « Tu veux vraiment arrêter ? Donne-toi encore du temps. C'est bon pour ton cœur. »
Non ! J'abandonne les chaussures de sport les plus laides du monde que je m'étais achetées pour l'occasion. Et retrouve mes petites Puma et un cours de pilates relax l'après-midi.

N.I.B. bien-être

La folie du yoga

■

En ces temps de crise, yoga rime avec business baba. La fortune de Bikram Choudhury, inventeur de la méthode du Bikram yoga, est de 7 millions d'euros. De quoi rester zen…

Dans la région de San Francisco, les salles de yoga remplacent les boutiques en faillite. Comme il y a eu beaucoup de faillites, que les gens travaillent moins, et qu'ils s'occupent davantage d'eux, le yoga marche très bien. Il y a des salles de yoga à tous les coins de rue. San Francisco compte plus de quarante centres de yoga pour cinq cent mille habitants. La folie du yoga touche l'ensemble du pays. Le nombre de pratiquants a doublé depuis 1998. Certains avancent le chiffre de dix-huit millions d'adeptes, soit 7 % de la population. L'investissement pour ouvrir un centre est minime : il ne faut aucun équipement ! Juste un espace et un professeur. Un studio bien géré peut dégager 40 % de marge. Les clubs de gym ajoutent des classes de yoga à leur parc de machines à muscler. Les grandes entreprises, de Nike à General Electric, proposent des cours de yoga à leurs employés. De toutes les tendances du yoga, le plus business est le Bikram yoga. Une pratique extrême, qui fait transpirer dans une salle surchauffée à 40 °C. Les fidèles de son inventeur, Bikram Choudhury, ont ouvert plus de sept cents salles dans le monde. Dont deux en France. Et, pas toujours zen, l'homme d'affaires traîne devant les tribunaux tous ceux qui font chauffer leur salle sans lui verser une licence de 25 000 euros…

L'impression de Chine

Depuis trois ans, notre yoga master, Virginie Boé, nous fait un bien fou. Je dors mieux. Je n'ai plus mal au dos. Virginie n'est pas une intégriste des acrobaties. Sa méthode est adaptée aux amateurs parisiens. Selon elle, ce qui compte c'est le chemin, pas le résultat. Pour les

Américains, seul le résultat compte. Il faut un corps musclé. Je visite le Funcky Door yoga, spécialiste du Bikram yoga. Créé en 1999, trois centres à San Francisco et un à Berkeley. Une ambiance BD des années 70. Sur les murs, des posters signés Madonna, Susan Sarandon et Matt Dillon. Ils ont pris des cours dans cette salle. Là, une cinquantaine de clients, de tous âges et de toutes conditions physiques, transpirent. La chaleur est étouffante – il fait 40 °C – mais les fenêtres restent fermées. C'est l'horreur – mais ça élimine les toxines. C'est la pratique la plus difficile du yoga – mais les résultats arrivent rapidement. Il faut enchaîner vingt-six poses en quatre-vingt-dix minutes. J'étouffe. Je me précipite dehors, récupérer mon souffle. Le site Internet m'avait prévenue, « Habillez-vous comme si vous alliez à la plage, ne mangez rien avant la séance, et préparez-vous à transpirer ! » Le yoga sauna, très peu pour moi !

N.I.B. bien-être

Women only !

Curves, le plus grand club du monde, est réservé aux femmes ! C'est aussi le plus grand groupe de salles de gym au monde : cinq mille franchises ; 1,5 million de clientes ; 1 milliard d'euros de chiffre d'affaires au bout de huit ans. L'argent y transpire à grosses gouttes…

La recette du succès de Curves est simple : les femmes aiment se retrouver entre elles ? Les salles Curves sont donc interdites aux hommes. Les femmes sont pressées ? Curves a inventé un programme de trente minutes, à faire trois fois par semaine. Les femmes surveillent leurs poids ? Curves se positionne comme centre d'amincissement complémentaire aux régimes et donne des conseils en nutrition. Le système de franchise est adapté aux petites villes de province. Il faut un espace de 100 à 150 m² pour deux cents membres. Un investissement de 23 000 euros pour la franchise. Cela paie les équipements (machines, musique et pancartes), la formation de cinq jours, et l'accompagnement d'un responsable pendant les quatre premiers jours d'ouverture. L'investissement peut être remboursé en un an. L'abonnement mensuel est vendu en moyenne 35 euros. Curves doit cette étonnante stratégie à son fondateur. Gary Heavin avait lancé sa première chaîne de dix-sept clubs de gym à vingt-quatre ans, mais avait fait faillite. Comme toujours aux États-Unis, il dit avoir construit son succès sur son échec initial : « Les franchisés paient pour faire l'économie de mes erreurs. »

Les impressions de Chine

J'essaie le Curves de Berkeley. Il vient d'ouvrir. Une pièce ouverte au rez-de-chaussée d'un immeuble moderne. À l'intérieur, le décor est sommaire : dix machines de fitness et douze baby-boomeuses en forme !

Toutes les trente secondes, une voix enregistrée propose de changer de machine. Petite angoisse. Je n'ai jamais fait ça. Mais il faut se lancer. Pour ma première séance : cinq minutes d'échauffement, vingt minutes d'exercices sur les machines et cinq minutes de stretching à la fin.
La musique disco est entraînante. Les machines ne torturent pas : on pousse et on tire, à l'inverse de celles pour hommes avec lesquelles on soulève des poids. Pour récupérer, on danse sur des mini-podiums. Tous les quarts d'heure, la voix demande de vérifier son rythme cardiaque.
Ça va, je tiens le coup. Et ça repart, sur une nouvelle machine.
La demi-heure passe vite.
Au mur, des tee-shirts Curves, des témoignages photos de femmes qui ont maigri. Ça donne envie. Oona, la propriétaire, apparaît. Cheveux blonds courts, chemise blanche en lin, lunettes de soleil, elle porte bien ses cinquante ans. Elle reconnaît mon accent. Elle aussi est française, mais californienne depuis vingt ans. Spécialisée en sexologie « et maintenant en argent ». Pour ouvrir son Curves, Oona a fait un business plan. Quatre mois après son lancement, sa société est rentable. Oona va travailler avec une société de marketing pour se faire connaître localement. « Car la concurrence est dure. »

N.I.B. bien-être

Danse, aérobic et vieux tubes

■

Danse et aérobic sur des vieux tubes ! Jazzercise propose une licence à tout petit prix. Résultats : cinq mille trois cents professeurs franchisés, cinq cent mille élèves, 56 millions d'euros de chiffre d'affaires. Quand la musique est bonne…

Drôle de nom. Un mélange de danse jazz et de gym. Drôle de business aussi. Jazzercise vend des cours de danse… en kit ! La franchise comprend la marque et le programme. Mais pas de salle à louer en nom propre, car ça se pratique un peu partout, dans des salles existantes. Du coup, la licence ne coûte que 600 euros ! Vingt fois moins cher qu'un commerce traditionnel. Les profs reversent également 20 % de leurs revenus mensuels. Et ça marche. Alors que l'aérobic est en perte de vitesse, Jazzercise prospère dans trente pays. La société est dirigée par deux anciennes danseuses. Elles continuent de créer elles-mêmes les nouvelles chorégraphies qui sont envoyées aux professeurs, toutes les dix semaines, par cassettes vidéo. Les profs sont des amateurs, coachés par Jazzercise. Ils apprennent l'essentiel : chorégraphie, anatomie, physiologie, sécurité… en quelques jours de formation et lors du séminaire annuel. Amusant et sympa.

L'impression de Chine

De l'aérobic chorégraphiée sur des vieux tubes. C'est mon sport préféré ! On danse, on se marre, on fait de la gym. C'est fun ! Comme la chanson de Cindy Lauper sur laquelle s'ouvre le cours. Les femmes sont âgées, elles ont la super pêche, et il y a quelques hommes. Le premier cours, j'essaie de rattraper les chorégraphies et de calmer mon rythme cardiaque. Sur « Copacabana », ambiance music-hall, on avance les bras au ciel ;

sur un medley d'Elvis, on se déhanche sexy ; sur de la country music, on frappe du talon en hurlant « Yaouh » ! Il ne faut pas manquer le spectacle des professeurs, sur leur estrade, micro bouche, moulés dans les vêtements Jazzercise poussant des « Ahh Ahh » encourageants, chantant les refrains « Would you be my girlfriend ? » (Veux-tu être ma petite-amie ?). Dimanche à 9 heures, il y a cent personnes au cours de Steve Fadelli, quarante-huit ans, un Italien baraqué et essoufflé. « Je donne trois leçons par semaine. Pour moi c'est un bonus, je travaille à plein temps chez Ford. Tous les mois, je reçois des cassettes vidéo, j'apprends les nouveaux mouvements, et je peux les modifier. Je suis payé pour rester en forme. » Mais le cours de « step » de Caroline est aussi excellent. Pour la première fois de ma vie, je ne m'ennuie pas en grimpant et descendant trois mille six cents fois sur cette marche en caoutchouc. Au bout d'un mois, j'y vais quatre fois par semaine. J'ai une forme d'enfer et ne suis presque plus essoufflée ! J'espère que ça va ouvrir bientôt à Paris !

N.I.B. bien-être

La glace au soja

■

Turtle Mountain est une glace au soja qui se laisse déguster : ce nouveau produit bio connaît une croissance de 28 % par an. Finie, la traversée du dessert.

Chine achète une glace soja au chocolat chez Trader Joes. C'est bon. On ne sent vraiment pas le soja. Normal, il n'y en a pas ! Ce n'est pas la bonne boîte. Le lendemain, Chine revient avec une vraie glace soja de Turtle Mountain – la montagne en forme de tortue.Très bonne aussi. On ne sent toujours pas la différence avec une glace au lait. Et le prix est identique. Depuis le milieu des années 90, la croissance des glaces sans lait continue à bon rythme, alors que les glaces au lait augmentent modestement de 5 % par an. « Pourquoi 60 millions d'Américains devraient être privés de dessert ? » interroge Mark Brawerman, le fondateur de Turtle Mountain, en pensant à la fois aux personnes allergiques ou intolérantes au lait de vache et aux fidèles du Judaïsme et de l'Islam – où le mélange de viande et de lait au cours d'un repas est interdit. Mark est donc devenu le leader de la glace au soja avec 50 % du marché et 8 millions d'euros de chiffre d'affaires ! Pas mal pour une société d'une vallée perdue de l'Oregon. Mark a commencé seul et innove en permanence. Il propose déjà plus de quarante parfums. Cette entreprise citoyenne ne pouvait choisir une autre cause que la protection des tortues de mer.

N.I.B. bien-être

Les chips naturelles

■

Des chips pas du tout cheap. Et une plus-value de 12 millions d'euros en huit ans. À convertir, ça fait combien de patates ?

Terra Chips, la marque de mes chips préférées, est également une belle histoire de business. Katia, ma coach, me fait découvrir ces chips exotiques de toutes les couleurs. Oranges, à la patate douce légèrement sucrée. Bleues, à la patate bleue. Roses, à la patate rose Bliss. Jaunes au taro. Toutes les patates… sauf la pomme de terre classique. Les Terra Chips sont trop bonnes. Tous les trois jours, je me goinfre d'un paquet de leur mélange « Pot Pourri ».

Ils sont forts, Dana Sinkler et Alex Dzieduszycki, deux anciens chefs de restaurants new-yorkais. Sans investissement, ils commencent un petit business de traiteur dans la cuisine de Dana. Ça marche bien. Ensuite ils cherchent « un nouveau produit pour remplacer les apéritifs ennuyeux des bars ». Ils transforment des légumes exotiques en chips colorées. Terra Chips est né. Les commandes décollent. Le public adore. La cuisine de Dana devient trop petite. Ils déménagent et produisent de plus en plus. En 1998, c'est la consécration : le groupe d'alimentation naturelle Hain Celestial rachète Terra Chips 12 millions d'euros. Depuis, nos deux cuisiniers gardent la patate.

N.I.B. bien-être

Drôle de N.I.B. bio

Le fast-food bio

En trois mois, nous avons craqué deux fois pour un McDo. C'est parce qu'O'Naturals n'est pas encore présent en Californie…

D'un côté, l'industrie du fast-food. Sa graisse, ses calories, son cholestérol et un marché de 95 milliards d'euros. De l'autre, le marché de la nourriture biologique et 20 % de croissance par an. Le mariage des deux, c'est O'Naturals, le fast-food bio. Des menus rapides et pratiques en plus sain. Le pain complet remplace le pain blanc à hamburger. Le bœuf et le poulet sont garantis, sans hormones ni antibiotiques. Tous les ingrédients sont frais et les préparations faites le jour même. Et les frites ? Elles sont grillées, pas frites ! En boisson, pas de soda, mais des jus frais, du lait, du vin bios et des bières locales. Le menu coûte entre 5 et 8 euros.

La décoration, en bois naturel, est attrayante. « Pourquoi le fast-food ne serait-il pas excellent pour la santé ? » demande Gary Hirshberg, le fondateur de O'Naturals. Gary n'est pas un doux rêveur. C'est un « serial entrepreneur » qui a déjà révolutionné l'industrie du yaourt avec son précédent business. Stonyfield Farm, sa marque de yaourts biologiques au soja est revendue à Danone 100 millions d'euros.

Il veut avoir le même impact sur le fast-food. « Quand je prenais la route et qu'il fallait m'arrêter pour faire manger mes enfants, j'étais pris en otage chez McDo. Il n'y avait pas d'alternative. » Il a investi 2 millions d'euros pour lancer les quatre premiers restaurants O'Naturals sur la côte Est, à Portland et Portsmouth. Chaque restaurant rapporte 1 million d'euros par an, l'équivalent d'un Burger King de même taille. Gary veut

ouvrir cent O'Naturals dans les dix ans. En attendant, les géants du fast-food ne se croisent pas les bras. McDo a sorti le McVeggie aux légumes et promet d'éliminer les mauvaises graisses de ses produits. Burger King vend aussi des hamburgers végétariens. Subway cartonne avec ses sandwichs pauvres en calories. Et O'Naturals n'est pas la seule chaîne de fast-food bio : il y a aussi Healthy Bites Grill en Floride et HeartWise Express à Chicago. Quand tous les fast-foods seront bios, José Bové aura perdu son fonds de commerce !

N.I.B. « pour le marché des seniors »

Aux États-Unis, comme en France, les plus de cinquante ans sont le segment de la population qui grandit le plus vite. Malins sont les business qui les ciblent… Leur croissance est assurée !
Comment distinguer des baby-boomers américains de baby-boomers français ? Ils utilisent des accessoires pour faire du yoga qu'ils trouvent chez leur « ***fournisseur de bien-être*** ». Ils trouvent facilement des « ***compagnons de vie*** » pour tenir compagnie à leurs parents. Ils font des stages de développement personnel à « ***l'école de l'amour*** ». Le week-end, ils visitent « ***le musée de la bouffe*** ». Et ils s'offrent des cures de rajeunissement à « ***la clinique de longévité*** ».

N.I.B. pour seniors

Le fournisseur de bien-être

Aux États-Unis, il existe un « fournisseur officiel de bien-être » : Gaiam, conçu par Jirkam Rysavy, un Tchèque arrivé aux USA à vingt-huit ans. Un « serial entrepreneur » dont la première société pèse 5 milliards d'euros.

Gaiam est partout. Dans les salles de yoga, les magasins bio, les parfumeries, les magasins de sport… en tout trente mille points de vente ! Gaiam est la marque du bien-être et de l'écologie qui s'adresse aux « consommateurs créatifs, attentifs à l'impact de leur consommation sur le monde ». Comprenez les baby-boomers. En majorité des femmes dont le revenu dépasse 70 000 euros. Ses cassettes vidéo de yoga et pilates sont des best-sellers – cinq millions d'exemplaires ! Gaiam, c'est aussi cinq mille articles : du linge de maison, des vêtements naturels, des meubles et des équipements écologiques… Pour ses relations publiques, Gaiam équipe des hôtels à la mode. La marque crée des chambres « bien-être » avec fauteuils de méditation, musique relaxante, accessoires de massage et de yoga. Jirkam Rysavy, le fondateur, m'impressionne. Il débarque de Tchécoslovaquie en 1983 sans parler anglais et sans rien connaître au business. Cinq ans plus tard, il se lance dans les fournitures de bureau. Son groupe, Corporate Express, devient l'une des cinq cents plus grandes sociétés américaines avec douze mille employés. Quelques années plus tard, il remet ça. Le chiffre d'affaires de Gaiam, 100 millions d'euros, progresse de 13 % par an depuis 1998. Jirkam Rysavy applique toujours la même stratégie. Il ne crée jamais de magasin, mais conçoit des catalogues distribués sur Internet, par téléphone et sur papier.

Le mot Gaiam est le mariage de « Gaia » – la terre en grec –, et « I am » – « je suis » en anglais. Retenez ce nom ! Il sera bientôt chez vous…

N.I.B. pour seniors

Les compagnons de vie

Je suis encore trop jeune pour tester le service. Mais je sais que trouver une aide à une personne âgée est compliqué. Ce qui explique l'explosion des services de compagnons de vie à domicile. C'est la catégorie de franchises qui se développe le plus rapidement.

La vie s'allonge. Les personnes âgées malades ou dépendantes ont besoin d'aide dans leur vie quotidienne. La grande majorité reste chez elle plutôt que d'aller dans une maison spécialisée. Qui s'en occupe ? Leurs enfants ! Mais aujourd'hui, concilier carrière professionnelle et prise en charge d'un parent est un parcours plus préoccupant que l'éducation de ses enfants. D'où l'idée de placer des aides à domicile. Les plus de quatre-vingt-cinq ans vont doubler d'ici 2030.

Aux États-Unis, des empires de franchises se sont bâtis sur ce créneau. Le leader, Home Instead, dispose de vingt mille compagnons de vie à travers quatre cents franchises. Son chiffre d'affaires est de 150 millions d'euros. Le métier consiste à recruter des compagnons de vie, qui se chargent de tout ce qu'on ne peut plus faire seul au quotidien. Tout, sauf les soins médicaux. Ils ont quarante-huit ans en moyenne et sont salariés d'Home Instead, ce qui soulage les clients des démarches administratives. Les clients choisissent leurs aides et peuvent en changer si le courant ne passe pas.

Cathy Murphy était directrice commerciale d'une société de transport. Mais à cinquante-six ans, elle veut devenir sa propre patronne. Sa situation personnelle lui inspire une idée. Depuis cinq ans, elle s'occupe de ses vieux parents. Comment mettre toutes les chances de son côté ? « La franchise est idéale pour les gens qui, comme moi, changent de secteur.

On nous donne tous les outils pour réussir : les produits, le modèle économique, la marque. C'est plus facile que de tout inventer soi-même » témoigne Cathy. Elle choisit Home Instead car les franchisés lui renvoient de bons échos. Cathy investit 25 000 euros. Son investissement sera amorti dès la première année. Sa plus grande surprise est la résistance des personnes âgées à reconnaître qu'elles ont besoin d'aide et à accepter un étranger chez elles. Comme cette clientèle de quatre-vingt-dix-sept ans qui lui a dit : « Je ne veux pas quelqu'un de vieux chez moi ! »

Drôles de N.I.B. pour seniors



L'école de l'amour

L'école de l'amour ? C'est Human Awareness Institute. On y apprend l'essentiel. Sans crainte de redoubler.

Chine et moi n'osons pas aller à son séminaire. Alors Stan Dale me harcèle de questions : « Où avez-vous appris l'amour, les relations humaines et le sexe ? Que pensez-vous de votre propre corps ? Tomberiez-vous amoureux de vous-même ? »

Il a déjà aidé cinquante-trois mille personnes – en majorité des baby-boomers – à se réconcilier avec leur corps et à améliorer leurs relations de couple. Stan s'est inspiré de l'art amoureux des geishas japonaises dans son programme. Des séminaires d'un jour ou deux. On y apprend à mieux exprimer ses sentiments, à ne pas donner prise aux agressions, à mieux connaître son corps. Stan a du succès. Ses écoles de l'amour ont ouvert en Californie, en Grande-Bretagne, au Brésil et en Australie. C'est sûr, la prochaine fois, on y va !

N.I.B. pour seniors

Le musée de la bouffe

L'activité préférée des baby-boomers ? Manger, boire et se cultiver. Des parcs d'attraction s'ouvrent partout dans le monde sur ces thèmes ! Nourrir le corps et l'esprit, c'est gratifiant… et rémunérateur.

Un dimanche, j'emmène Edmond dans la Napa Valley. C'est la région qui fabrique les vins californiens les plus huppés, à une heure de voiture au nord de San Francisco. Robert Mondavi, un vigneron emblématique, vient d'inaugurer Copia, le musée des plaisirs de la bouche, ainsi nommé en l'honneur de la déesse de l'abondance. Il a coûté la bagatelle de 55 millions d'euros et rapporte 13 millions d'euros par an. Copia cible les baby-boomers : 80 % des visiteurs ont entre quarante et soixante-cinq ans.

Le programme de Copia est haut de gamme. Des expositions sur la culture alimentaire américaine ; des œuvres d'art liées à la gastronomie ; des conférences culinaires ; des cours de cuisine et d'œnologie ; une boutique et deux restaurants. Edmond cavale dans le jardin. Mon animation préférée, des plantes du potager qui évoquent les arômes des cépages de la Napa Valley. Par exemple, des framboises, de la réglisse, de l'anis et de la menthe composent le bouquet du Merlot.

De retour dans le musée, Edmond se régale d'une dégustation de Dulce de Late, le caramel traditionnel du Mexique ! Du bout des lèvres, je compare les sauvignons du monde entier : Chili, Bordeaux, Afrique du Sud et Napa. Nous séchons le cours de cuisine sur les salades et la conférence d'un sculpteur de légumes géants en céramique. Mais oui, la nourriture et le vin, c'est aussi culturel !

N.I.B. pour seniors

La clinique de longévité

Rallonger sa vie ! Calculer son espérance de vie ! Faire plus jeune. Rester en bonne santé. Réduire le risque de maladies. Joli programme ! Dans les cliniques de longévité, les programmes anti-vieillissement font fureur.

La clinique Princeton Longevity Center calcule l'« âge biologique », c'est-à-dire l'âge des principales fonctions : cœur, artères, poumons et hormones ! À partir du résultat, elle prévoit l'espérance de vie. Elle prescrit ensuite *le* programme personnalisé pour vivre plus longtemps. Cette recette miracle est un mélange de régime alimentaire, d'exercices physiques, de réduction de stress, de tests génétiques et de divers produits chimiques. Le tout proposé selon une stratégie qui « maximise le niveau des bonnes hormones – croissance et testostérone – et limite les effets nocifs des mauvaises hormones – insuline ».
Une journée de test dans une clinique de longévité coûte 1 500 euros !
En Europe, certains établissements suisses proposent une partie de ce programme. Pour vivre vieux, il faut surtout avoir une bonne mutuelle !

N.I.B. « high-tech »

S'arrêter dans la Silicon Valley pour découvrir les dernières technologies en vogue, c'est pour nous une déformation professionnelle. L'innovation, si elle est moins dynamique et grand public que pendant le boom de la nouvelle économie, ne s'est pas arrêtée.
Ce coin du monde continue de construire le futur. Voici nos coups de cœur.

Nous achetons en ligne des « ***mini-photos confettis*** » avec des photos d'Edmond.
Nous recevons des « ***DVD à volonté*** » par la poste. Au moindre souci, nous appelons « ***le dépanneur informatique*** », aussi efficace que SOS plombier.
Une start-up de nanotechnologies nous fait rêver avec « ***les tuiles solaires*** ». Un site sympathique nous fait faire « ***le tour du monde en photos*** ». « ***Les blogs, de nouveaux médias*** » dépassent toutes les audiences. En un mot, nous vivons « toujours connectés » !

N.I.B. high-tech

Les mini-photos confettis

■

Les photos d'Edmond en forme de confettis animent notre pot de départ de Californie. C'est l'œuvre de Confoti.com. Une start-up prometteuse qui réalise 40 000 euros de chiffre d'affaires mensuel après seulement dix-huit mois d'existence… C'est la fête !

Parmi les invités de notre cocktail de départ, la fondatrice du site fait la fière. À trente-cinq ans, Corinne Wayshak en est à sa deuxième société. Elle flaire la bonne idée avec un cadeau d'anniversaire que lui a bricolé un associé. Des photos découpées en forme de confettis.

La ventes d'appareils photo numériques progressent de 20 % par an. Mais, l'impression des photos est chère et imparfaite. Pour démarrer, Corinne prend trois mois de congés maternité, un luxe aux États-Unis, où la période légale est de quinze jours. Elle s'associe avec deux seniors de la Silicon Valley et démarre dans son garage, comme le veut la tradition locale. « Confoti.com, ça a l'air simple, mais c'est difficile à produire » explique Corinne. Premier problème : l'imprimante adéquate n'existe pas. Corinne et ses associés vont l'inventer. Impossible de voir l'engin. Il est classé top secret… et protégé par trois brevets.

Deuxième problème : les sous. Corinne démarre sa recherche de financement… au lendemain du 11 septembre 2001. C'est dur, mais elle trouve 450 000 euros. Troisième enjeu, la facilité d'utilisation. Heureusement, un des associés était responsable du design Internet chez Apple. Pour tester le site, Chine passe une commande. C'est tout simple. Elle choisit cinq photos d'Edmond, paie 15 euros, et reçoit un sac de huit cents confotis quatre jours plus tard. La société marche bien. Elle est déjà profitable, avec quarante-cinq commandes par jour et deux mille clients. En majorité, des particuliers qui préparent un anniversaire,

un mariage, ou une naissance. Maligne, Corinne imprime son adresse Internet derrière les confotis. Résultat, un tiers des nouveaux clients ont découvert le site lors d'un événement. Les entreprises commencent à adopter cet outil de communication original. Et le marché des cadeaux d'entreprises pèse 18 milliards d'euros ! Le business de Corinne est devenu un très gros confetti.

Les DVD à volonté

■

Netflix livre par la poste des DVD commandés sur Internet. C'est l'un des chouchous de la bourse avec un million de clients. Non, ce n'est pas du cinéma bien ficelé : c'est du DVD vite livré.

Soirée américaine chez un ami français à San Francisco. Christophe vit au Fort Mason, une ancienne garnison militaire. Dans une maison d'officier, devant la baie, en face d'Alcatraz. Veinard ! Il travaille dans le capital-risque et roule en Porsche décapotable d'occasion. Une soirée américaine, c'est pizza et DVD. Le livreur de pizza sonne à la porte. Christophe en profite pour récupérer ses DVD dans la boîte aux lettres. Depuis trois ans, les Américains se font livrer leurs films par la poste. Grâce à Netflix. Cette société règle tous les problèmes de la location vidéo. Plus besoin de se déplacer, grâce à la livraison à domicile en un jour. Plus de risque de repartir sans le titre souhaité : on choisit parmi quinze mille films et on les reçoit lorsqu'ils sont disponibles. Plus de pénalités de retard, on les garde aussi longtemps que nécessaire. Plus de factures monstres : un abonnement mensuel de 17 euros pour un nombre illimité de DVD. Le fondateur de Netflix, Reed Hastings, est ambitieux. Il veut construire « le plus grand fournisseur de films au monde ». Reed n'est pas un débutant. Sa première société, Pure Software, était l'une des plus importantes entreprises de logiciels. En 2002, il ose l'introduction en bourse de Netflix, alors que le Nasdaq est au plus bas. Mais c'est un succès. Le cours de l'action progresse aussi régulièrement que son chiffre d'affaires : 135 millions d'euros, soit une croissance de 100 % par an. Du grand art au service du 7e Art.

N.I.B. high-tech

Le dépanneur informatique

Sur le modèle de SOS plombier, Geeks On Call dépanne tout problème d'ordinateur. Ça marche : plus de cent franchises en deux ans !

L'année dernière, j'ai essayé en vain d'installer moi-même un réseau entre le Mac de Chine, mon PC, une imprimante et Internet. Trois mois après, mon ami Brahim, ingénieur réseau, branche le tout. Aujourd'hui, je donnerais cher pour qu'un spécialiste vienne booster mon ordinateur. C'est le business de Geeks On Call. Richard Cole et Walter Ewell, les fondateurs, ont tous les deux cinquante ans révolus et l'expérience des franchises. Ils identifient un gros marché : les particuliers et les petites entreprises – 90 % de leurs clients – sont perdus dans la jungle du PC. Depuis 1999, ils envoient leurs dépanneurs en vingt-quatre heures. Ils sont capables d'installer réseaux et systèmes informatiques, de les réparer et d'en assurer la sécurité. Les interventions sont facturées entre 150 et 400 euros. Richard et Walter lancent ensuite des franchises en 2001. C'est le bon moment. Avec la crise, plusieurs cadres informatiques sur le carreau se mettent à leur compte. L'investissement est de 30 000 euros, investis dans la franchise, les équipements, la publicité et le leasing de la voiture de fonction de rigueur : la PT Cruiser de Chrysler. La mise de départ se récupère en six mois. Plus de cent franchises s'ouvrent en deux ans. Le rêve pour des anciens de l'informatique comme Jim Goon. « Je me suis fait virer après dix-huit ans chez un géant de la Silicon Valley. Aujourd'hui, je gagne aussi bien ma vie et vois mes enfants. Quand je dis que je suis dépanneur informatique, les gens rigolent. Mais, ça marche très bien pour moi. J'ai déjà acheté trois franchises ! »

N.I.B. high-tech

Les tuiles solaires

À cinq minutes de la maison, nous nous initions aux nanotechnologies. Dans un laboratoire avec chimistes, salles blanches et un microscope à transmission électronique. Nanosys a investi 60 millions d'euros.
Le produit en développement qui me fait rêver : les tuiles nanosolaires. Ce qui est petit est joli… et ce qui est minuscule est loin d'être ridicule.

La high-tech, c'est comme le surf. On attend une vague et on surfe dessus. Quelle sera la prochaine vague après Internet ? Les nanotechnologies – on dit « nano », c'est plus hype !
Le gouvernement américain y investit 3 milliards d'euros pour financer de nouvelles technologies de sécurité nationale. Nanosys est l'une des start-up qui font parler d'elles. Son fondateur a déjà lancé treize sociétés, dont sept sont introduites en bourse.
« On peut comparer la révolution des nanotechnologies à l'arrivée du plastique explique Stephen Empedocles, directeur du développement de Nanosys. Le plastique est le plus performant des matériaux, il a remplacé les fragiles bouteilles en verre par des bouteilles incassables, les stylos à plume par des stylos jetables. Le nanomètre, c'est un milliard de fois plus petit que le mètre. 150 000 fois plus petit qu'un cheveu. En modifiant les atomes des matériaux, on peut modifier leurs propriétés magnétiques, optiques, chimiques et physiques…
La résistance mécanique, la conductibilité de l'électricité et de la chaleur, tout devient manipulable et réductible. Bientôt tout se construira grâce aux nanotechnologies. » Bientôt ? Il faudra encore patienter pour voir les premières applications. J'attends les tuiles solaires.
Nanosys a trouvé une solution pour réduire la taille des panneaux solaires. Les nano-puces seront incorporées à la peinture et étalées

sur les tuiles. Elles seront moins chères et auront une durée de vie plus longue que les panneaux actuels. C'est pour quand ? 2007 ! Chez un fabricant japonais, Matsushita.

N.I.B. high-tech

Utopie : Le tour du monde en photos



J'adore aller sur le site Fotolog.net. Je m'offre un tour du monde en images. Pour rien du tout. C'est un blog, l'une des utopies d'Internet. Un journal gratuit fait par des amateurs ! Et ce n'est pas un cliché.

Je me prends au jeu et dépose une photo d'Edmond. En moins de deux minutes, elle est vue par vingt-quatre personnes. C'est grisant. Le site fédère des milliers de photographes.
En permanence, il reçoit des photos du monde entier. Les clichés sont personnels. Mais jamais sexuel, c'est interdit et immédiatement retiré. Elles montrent les détails de la vie quotidienne : enfants, campagnes, rues, objets. C'est une version rafraîchissante de l'actualité internationale. Loin des images tragiques des médias internationaux.
Comment gagner de l'argent avec un blog ? Pour l'instant, ce n'est pas possible. Les créateurs, fidèles à l'esprit libertaire d'Internet, n'en font pas un business. Ils le gèrent d'ailleurs pendant leur temps libre.
Le site est gratuit. Néanmoins, une contribution de 4 euros par mois donne le privilège d'exposer six photos par jour au lieu d'une seule.

N.I.B. high-tech

Autre N.I.B. high-tech

■

Les blogs, de nouveaux médias

**Le plus grand quotidien du monde est sur Internet.
Il est lu quotidiennement par plus d'un million de personnes !
C'est un blog. Un futur tigre en papier… mais sans papier.**

Au départ, sur les sites perso, on parlait de sa vie, de ses passions et de ses amis. La mode est maintenant d'écrire sa vision du monde sur un blog. Face à l'actualité, ceux qui ne font plus confiance aux grands médias deviennent actifs. Ils se transforment en journalistes amateurs. Avec vingt-six mille contributeurs réguliers, Ohmynews est le plus grand blog du monde. Il est coréen.
Après son élection, le nouveau président coréen Roh Moo-hyun lui a accordé sa première interview ! « Je pense que tout citoyen peut être journaliste. Notre site exprime l'opinion du pays entier. Et les lecteurs trouvent la vérité par eux-mêmes » explique Oh Yeon-ho, son fondateur. En coréen…

N.I.B. « de crise »

C'est la crise économique aux États-Unis ! Que font les Américains en attendant que l'économie se rétablisse ?
Ils se remettent en question et apprennent des « ***jobs de rêve*** ».
Les managers de haut niveau confient leur avenir à « ***l'agent de patrons*** ». Ils économisent ! Tout se loue : des « ***studios d'artistes*** » ; des « ***bureaux d'écrivains*** » ; des « ***services informatiques*** ».
Et même des « ***carnets d'adresses*** » pour partager ses clients !
Les commerçants sont plus dynamiques que jamais.
Pour séduire une clientèle toujours plus versatile, ils inventent des nouvelles expériences. Notre boutique préférée, c'est « ***la pharmacie du futur*** ». « ***La chaîne de restaurants chinois*** » nous a beaucoup plu également. Et « ***l'épicier naturel et discount*** » nous voyait tous les jours !
En Californie, le business des coaches marche fort.
Dans les périodes de transition, tout le monde a besoin de se faire aider, comme le montrent les « ***autres N.I.B.*** ».

N.I.B. de crise

Les jobs de rêve

■

En période de crise, les jobs fabuleux font rêver. Mais ces jobs ne s'apprennent pas à l'école. Qu'importe ! Fabjob, une maison d'édition originale, publie les guides de ces carrières magiques... À lire vite !

Je cherche des conseils pour améliorer mes futures conférences en public. Google me trouve un livre, *Devenez un conférencier captivant*. Cet ouvrage de cent vingt pages est publié par Fabjob, une maison d'édition astucieuse qui propose des guides pratiques pour faire des « jobs fabuleux ». Des jobs dont on rêve et que l'on n'ose jamais faire : assistant personnel de stars, auteur de livres pour enfants, athlète olympique, détective privé, écrivain, explorateur, mannequin, rock star... Fabjob est une maison d'édition d'un genre nouveau qui repose entièrement sur Internet. Elle vend ses livres entre 14 et 28 euros et les adresse par e-mail. Comme des e-books, ces livres électroniques se lisent sur l'écran d'ordinateur ou bien s'impriment. Les sœurs Catherine et Patricia Goulet se sont lancées en 1999. L'une a fait carrière dans l'édition, l'autre avait son commerce.

Si vous rêvez de partager la vie de Sharon Stone ou de Tom Cruise, voyager avec eux, rencontrer d'autres stars, être à la pointe de la mode, lisez leur best-seller : *Devenez assistant personnel de star*. Il vous apprendra à gérer un agenda de star, à filtrer son téléphone, à organiser ses fêtes. Vous y trouverez les adresses des agences de recrutement spécialisées, des idées d'autres jobs – et des tuyaux originaux pour approcher votre futur employeur.

N.I.B. de crise

L'agent de patrons

Jeff Hyman coache les hauts dirigeants et prend en main leur carrière sur le modèle des agents de stars de cinéma ou de grands sportifs. Bilan : quarante clients en huit mois. Et non des moindres... P-DG de P-DG, c'est un métier qui en impose !

Jeff fixe le rendez-vous au Sofitel de Redwood City, en face du siège social d'Oracle, le géant de la Silicon Valley. Cet entrepreneur de trente six ans en est à sa deuxième société. Il a revendu la première, une société Internet, avant de se faire embaucher chez un chasseur de tête prestigieux. Jeff est sûr de lui. Il est en train de créer une révolution dans le milieu feutré des cabinets de recrutement. Sa société, Canal Street Talent, est le premier « agent de patrons ». Jeff coache la carrière des managers. Il les aide à construire leur notoriété, les fait intervenir à des conférences réputées et les relooke si nécessaire. Ensuite, il négocie entre différents employeurs. « Il faut trois offres d'emploi pour faire monter les prix. C'est comme au cinéma. Tom Cruise obtient un cachet de 25 millions d'euros par film car c'est lui qui a le pouvoir » explique Jeff qui compare ses clients à des stars. Pour les faire rêver, il les prévient : « Je veux trouver le futur P-DG d'IBM. » Et ça marche. En seulement huit mois, Canal Street Talent a signé quarante clients. Le plus prestigieux est un entrepreneur qui a vendu sa société à Microsoft et qui veut trouver un nouveau poste de P-DG. Contrairement aux chasseurs de tête, Jeff se fait payer par le manager et non par l'employeur. Il demande 8 % du salaire annuel. L'addition n'est pas toujours facile à faire passer. Mais Jeff est réaliste : « Je ne dois pas convaincre tout le monde, mais juste assez de monde. » Je m'approprie cette philosophie, pleine de bon sens.

N.I.B. de crise

Studios d'artistes à louer

■

Chez Art Gym, soixante artistes louent au mois leur coin d'atelier, comme dans un club de gym. Tout aussi convivial, mais moins sportif.

On y va sans serviette ni baskets, mais avec ses pinceaux et ses toiles. Art Gym fonctionne sur le même principe qu'un club de gym : un abonnement mensuel de 150 euros donne accès à un bout d'atelier pour dessiner, peindre ou sculpter. Les artistes viennent à volonté, de 9 heures à 23 heures, tous les jours, et louent le matériel nécessaire. Art Gym casse la solitude de l'artiste isolé chez lui. Dans un coin salon, les artistes discutent entre eux.

Ils peuvent exposer et vendre leurs œuvres lorsque Art Gym se transforme en galerie. Enfin, le public peut s'offrir des séminaires et des cours d'art, avec des modèles toutes les semaines. Le nu, c'est le lundi…

Dans un grand espace aux murs couverts de toiles, amateurs et professionnels se mélangent. Du kitch, de l'abstrait, du figuratif, des sculptures, tous les genres se côtoient. Ouvert début 2002 dans l'une des rues commerçantes de Berkeley, Art Gym a une soixantaine de membres et prévoit d'ouvrir cinq autres centres à San Francisco, Los Angeles et Santa Fe, la capitale artistique du Nouveau-Mexique.

Le jour de la visite de Chine, il y a cinq artistes, dont quatre femmes. Une vieille dame peint des fleurs, une jeune femme est absorbée par sa toile géante et abstraite, le seul homme présent, avec un walkman sur les oreilles, fait des moulages en terre cuite.

N.I.B. de crise

Bureaux d'écrivains à louer

■

Écrire chez soi n'est pas pratique, voire sclérosant. Louer un bureau à loyer modeste ? Impossible sauf piston. C'est à partir de ce constat qu'est né Grotto, loueur de bureaux… pour écrivains. Le prochain Nobel de littérature est-il déjà dans les murs ?

Chine trouve des invitations pour la soirée Grotto Night, l'événement le plus couru du San Francisco littéraire.

Nous suivons le conseil de l'invitation et arrivons avec quarante-cinq minutes d'avance. Heureusement, car plus de deux cents personnes n'ont pas pu rentrer ! Grotto est un immeuble de bureaux pour écrivains. En 2000, quatre amis romanciers se réunissent pour louer ensemble des bureaux. Ils trouvent une ancienne clinique vétérinaire, le Cat and Dog Hospital. Ils la divisent en petites structures de 8 à 16 m^2, desservies par de longs couloirs. Le loyer mensuel est de 200 à 300 euros, avec téléphone, chauffage et l'Internet haut débit. Les loyers des vingt écrivains qui les rejoignent couvrent entièrement le loyer de la maison. Quand Lisa Margonelli, l'une des occupantes, arrive à son bureau le matin vers 10 h 30, son voisin, Po Bronson, est déjà sur son ordinateur. « Po frappe sur son clavier comme un stakhanoviste. D'ailleurs, ses livres sont des best-sellers. Ça me motive. Je me sens obligée d'écrire. À la maison, c'est plus dur de m'y mettre » explique Lisa. Tous les mois, pour la Grotto Night, Lisa, Po et les autres écrivains lisent des extraits de leurs œuvres au public. Ça fait vendre leurs livres, et la soirée se termine en fête géante sur la terrasse de l'immeuble.

N.I.B. de crise

Services informatiques à louer

■

J'utilise la version gratuite d'un outil de suivi des discussions avec mes clients et prospects. La méthode semble réussir à son créateur. Créé il y a trois ans, Salesforce.com réalise 72 millions d'euros de chiffre d'affaires. Ses ventes progressent de 22 %. Si seulement cela pouvait m'aider à signer des contrats plus rapidement !

Louer des solutions informatiques, on en parle depuis des années comme la « killer app » d'Internet (killer application, ou produit qui tue). Ma coach Katia est une fan de Salesforce.com, spécialisée dans la location d'applications CRM : Custumer Relationship Management, alias « gestion de la relation client ». Ça devient un jeu d'enfants. J'ai créé des comptes pour chaque client et prospect, avec le montant du contrat, un résumé de la dernière conversation, les étapes suivantes et les coordonnées. Avant une échéance, je reçois des e-mails qui me rappellent la tâche à accomplir. Ma fonction préférée, c'est le rapport. D'un simple clic, Salesforce.com me fournit un tableau de bord sur les ventes et les opportunités des apporteurs d'affaires. Je peux en donner l'accès à mes commerciaux et à mon comptable. Louer un service informatique est plus économique qu'acheter le logiciel. Le service de Salesforce revient à 900 euros par an pour une petite entreprise, contre plusieurs milliers d'euros ! Le calcul est vite fait et le bénéfice évident ! Autre avantage, les clients profitent de chaque amélioration du service. Le programme reste sur les ordinateurs de Salesforce.com. Ce qui n'est pas le cas lorsque l'on achète un logiciel : pour avoir la version supérieure, il faut acheter un nouveau logiciel...
Moi je me contente de la version gratuite.

N.I.B. de crise

L'entreprise intégrée

« Il n'est pas nécessaire d'être riche pour aider les autres. » La philosophie de Marc Benioff, le fondateur de Salesforce.com (voir N.I.B. précédente) est une révélation que j'applique immédiatement. En même temps que sa société, il a créé sa fondation. Il développe les deux parallèlement. Pour la motivation de tous.

La fondation Salesforce reçoit 1 % du capital de la société Salesforce.com, 1 % de son bénéfice et 1 % du temps de travail de ses employés. Chaque mois, les deux cents employés « donnent » deux heures et demie qui leur sont payées.
Cela offre du sens à leur travail et renforce leur attachement à l'entreprise. Et c'est un cercle vertueux. Plus l'équipe travaille, plus la société réussit, et plus les moyens de la fondation augmentent.
« La règle du 1 % est mon arme secrète. Mes salariés savent qu'ils sont là pour autre chose que faire du fric » précise Marc Benioff.
Sa fondation enseigne l'informatique et le multimédia aux enfants défavorisés, dans ses propres centres d'initiation. Les enfants créent des sites, de la musique, des photos et de la vidéo sur Internet.
Leurs œuvres sont visibles sur www.youthspace.net.
Depuis sa création en 1999, Salesforce.com a distribué 3 millions d'euros à quarante et un centres dans le monde. Je m'en inspire pour Good Futur. Je redistribue 1 % de mon chiffre d'affaires et consacre 1 % du temps de l'équipe pour aider des personnes en difficulté à créer leur entreprise. Cela donne un sens supplémentaire à mon travail et redouble mon énergie !

N.I.B. de crise

Carnet d'adresses à louer

■

« Networker, c'est être fermier plutôt que chasseur. Il ne faut pas chasser le gros gibier mais cultiver ses relations » affirme le fondateur de BNI, un Rotary du futur qui apporte des clients.

Trouver des clients en temps de crise, c'est dur. La solution ? Se mettre en réseau et partager ses relations. C'est ce que propose le club d'affaires BNI, Business Network International, fondé par Ivan Mesner. « Plus la technologie avance, plus on a besoin de "toucher" les gens, de les voir en vrai » explique-t-il. Ivan s'est inspiré des réseaux féminins ! Jusqu'au milieu des années 80, les vieux clubs comme le Rotary ou le Lion's étaient interdits aux femmes ! Pour rattraper le temps, elles organisent des rencontres et s'échangent des contacts. BNI reprend le principe et en fait sa première règle : arriver avec des recommandations pour les autres membres. Deuxième règle : pour éviter les conflits d'intérêt, il n'y a qu'un seul représentant de chaque profession par réunion. Le concept est efficace. L'inscription annuelle de 250 euros attire cinquante-huit mille membres. BNI s'est multiplié sous forme de franchises – 6 000 euros – et compte plus de deux mille huit cents clubs dans quinze pays. « Une relation de confiance qui débouche sur un apport de clients ne se construit pas en cinq minutes. La majorité des entrepreneurs passe de cave en cave : de la maison, à la voiture, à l'ordinateur, au bureau, et retour à la maison » conclu Ivan. Il faut sortir de sa cave le plus souvent possible ! BNI cherche une personne pour se lancer en France !

L'impression de Chine

Michelle, ma prof de pilates, m'invite à son petit déjeuner hebdomadaire du BNI de Palo Alto. Entre 7 et 9 heures, dans un bel hôtel, les quatre tables de dix personnes sont complètes. À peine assise avec mon assiette de fruits, mon voisin de gauche se présente. Normal, on est dans un club de network. Tim est ébéniste. Les choses sérieuses commencent après un serment collectif sur l'intégrité dans le travail et l'entraide entre les membres. Jane, ma voisine de droite, agent immobilier, en jean et chemisier blanc, se lève : « Cette semaine, j'ai deux références », et la salle l'applaudit. L'une de ses amies veut repeindre sa maison. Jane lui a donné la carte de visite du peintre du club. Elle note le téléphone de sa copine sur la feuille de référence qu'elle passe au peintre. Tim a une référence pour l'imprimeur. Et ainsi de suite. Tout le monde se passe des clients. Avant de partir, chacun prend les cartes des autres membres. Je repars avec onze cartes de visite : coach, psychothérapeute, vendeuse de vêtements, assureur, banquier, avocate, esthéticienne, masseuse, consultant, réparateur d'ordinateurs et agent de voyage. Le vendeur de voitures, un play-boy, m'invite à venir le voir. La vendeuse de vêtements à domicile me laisse son catalogue. Et je trouve la coach que Laurent cherche depuis deux mois pour ses conférences en public ! Ce petit déjeuner donne la pêche. Se sentir aidée et aider les autres !

N.I.B. de crise

La pharmacie du futur

Pharmaca ? Une pharmacie qui intègre les médecines alternatives et offre gratuitement cours et conférences. Huit officines créées en trois ans… et bientôt cent ! Les concurrents en sont malades.

L'expérience Pharmaca, c'est une ambiance bienveillante pour le corps et l'esprit. Moquette beige. Musique relaxante. Lumière tamisée. Coin salon pour la lecture et les conférences. Le décor fait de l'effet. On se sent bien. J'y retourne souvent. Pourtant, j'ai pris l'habitude de ne jamais entrer dans une autre pharmacie que celle de ma mère. Elle aussi était bluffée lorsqu'elle est venue à Berkeley : « Je n'en reviens pas, c'est un concept fort, ça va venir en Europe. » Ma mère accompagne Chine à un cours de yoga. Tous les jours, la pharmacie demande à un expert d'animer un cours ou un séminaire. C'est une façon révolutionnaire de faire venir les clients… et de les fidéliser. En plus, Pharmaca offre le choix entre médicaments occidentaux et spécialités alternatives : homéopathie, diététique, acupuncture, naturopathie, recettes ayurvédiques.
Il y a même une pharmacienne d'origine chinoise. Elle prépare et commercialise des médicaments chinois traditionnels. « Après cinquante ans, le corps ne réagit plus comme avant. Les baby-boomers se méfient des produits chimiques. Ils sont de plus en plus nombreux à se tourner vers les médecines alternatives » explique le fondateur.
Ça marche ! Après avoir reçu 14 millions d'euros d'investissement, Pharmaca réalise 22 millions d'euros de chiffre d'affaires.

La chaîne de restaurants chinois

PF Chang's adapte la formule des grandes chaînes aux restaurants chinois. Avec cent établissements et 380 millions d'euros de chiffre d'affaires, PF Chang's est la plus récente réussite de la restauration américaine. Et c'est bon.

Pascal Cagni, le patron d'Apple Europe, avait fixé la barre très haut : « Quand je passerai au siège d'Apple à Cupertino, je vous emmènerai dans le restaurant le plus branché de la Vallée. C'est vous qui le choisirez. » Où aller ? Le président d'Apple Europe est l'un de nos sponsors. Nous ne voulons pas le décevoir ! Ça sera PF Chang's. Une nouvelle chaîne de restaurants chinois dont tout le monde dit du bien. L'ambiance sophistiquée nous change des restos chinois habituels à la décoration hésitante et à la nourriture irrégulière. Deux cavaliers Han à l'entrée, des paravents dorés, des lustres en verre rouge. Des serveurs accueillants et sympathiques. Des plats originaux bien présentés, frais et bons. Pourtant, le dîner commence mal, j'ai oublié de réserver. Il y a vingt minutes d'attente. Le restaurant est plein, un soir de semaine. C'est rare un endroit qui marche aussi bien. Depuis le 11 septembre, les Américains sortent moins et l'industrie de la restauration souffre.

À San Francisco, deux cent cinquante restaurants ont fermé. Mais PF Chang's est en pleine forme. Le chiffre d'affaires et le bénéfice augmentent de plus de 30 %. Les ouvertures de salles s'enchaînent : vingt-cinq en 2002, trente en 2003. Le groupe a démarré avec quatre restaurants en 1996. Il en possède cent aujourd'hui. Coté en bourse, son action a pris 150 % en deux ans ! Quel secret se cache derrière cette réussite ? « Tout simplement, le sens du service à l'américaine »

explique Richard Federico, le P-DG. Pascal Cagni, lui, confirme en grand pro du commerce : « On a bien mangé, pour une addition raisonnable. Surtout, le service est impeccable ! » Beignets de crabe, calamars sel et poivres, poulet au citron, raviolis aux légumes, cheesecake et trois verres de vin pour 45 euros. Nous y retournerons souvent !

N.I.B. de crise

L'épicier naturel et discount

■

Trader Joes est une épicerie originale et bien achalandée. Qualité, petits prix, réussite. Et le plaisir d'y découvrir des produits nouveaux, en provenance directe des producteurs. C'est beau, c'est bio, c'est bon.

Quoi, vous ne connaissez pas Trader Joes ? Au bout d'un mois, nous découvrons le secret d'initiés de la Bay Area. Nous craquons pour ses raviolis chinois aux légumes, ses biscuits chocolat au gingembre, légers et sans matières grasses. L'épicerie vend ses propres produits plutôt que les grandes marques. Ses acheteurs sillonnent le monde entier pour trouver des affaires. Ils achètent directement aux producteurs. Les produits sont labellisés Trader Joes et vendus jusqu'à épuisement. Parfois sans réapprovisionnement. Une dizaine de nouveautés apparaissent chaque semaine. « Acheter chez Trader Joes, c'est comme ouvrir une boîte de chocolat. On ne sait jamais ce qu'on y trouve mais on est sûr que c'est bon » dit une publicité. L'expérience Trader Joes ? C'est du discount ! Les prix y sont plus bas que dans les hypermarchés. Son meilleur coup, c'est le vin à 2 euros. Un million de bouteilles vendues en décembre. Mais attention, c'est du discount soigné. Les cartons ne sont pas posés à même le sol. Tous les styles alimentaires sont représentés : végétarien, sans sucre, sans gras, sans sodium, sans porc, tout soja, vitamines… Des vendeurs affables, en chemise hawaïenne, plaisantent aux caisses et conseillent juste et bien.
Trader Joes a une image du XVIIe siècle avec des illustrations de corsaires, de précieuses, de festins, de navires marchands, de caravanes.
La chaîne marche fort. Plus de deux cents magasins se sont ouverts ces dernières années et ça continue. À quand un Trader Joes à Paris ?

N.I.B. de crise

Autres N.I.B. « de crise »

Le coach vedette

Des séances à 1 million d'euros, sept sociétés, des conférences dans le monde entier. Tony Robbins est « too much », mais je l'admire ! Un coach modèle et un vrai mégalo.

Un physique hésitant entre prof de gym et play-boy. 1,90 mètre pour 130 kilos. Tony Robbins est aussi la plus grande réussite du coaching. Il est connu dans le monde entier. Il a créé un empire de plusieurs millions de dollars. Des milliers de gens assistent à son one-man-show de motivation. Car Tony est une bête de scène. Il communique son énergie et sa force mentale à des foules déchaînées. Il fait hurler, chanter et danser son public. Sur son site, des témoins racontent comment Tony les a aidés à prendre leur vie en main, à arrêter de fumer, à trouver un travail, à gagner de l'argent ou à rencontrer l'amour. Le séminaire de deux jours coûte 800 euros. Ensuite, se succèdent les produits dérivés gérés par des sociétés différentes : le coaching par téléphone (1 400 euros pour douze séances de trente minutes au téléphone) ; l'hôtel sur l'île de Fidji où il organise ses séminaire de luxe (de 5 000 à 10 000 euros pour cinq jours) ; les vitamines Tony Robbins ; les livres, cassettes et CD traduits dans quatorze langues. Trop fort !
En plus, il utilise sa réussite comme argument commercial : « La clé dans la vie, c'est de croire en soi. Je crois en moi et je suis un gagnant. Des patrons paient 1 million de dollars pour que je les conseille et j'ai sept sociétés. Vous aussi, vous pouvez le faire. Venez à mes séminaires pour savoir comment réussir votre vie. » Du coaching spectacle, ça donne des idées. « Allez, vas-y, adapte sa technique à notre esprit cartésien et tu pourras devenir le Tony Robbins français » m'encouragent mes amis !

N.I.B. de crise

L'école de coaches

En cherchant un coach, je tombe sur Henry Kimsey-House. À 300 euros l'heure, c'est cher. Forcément, il a fondé la première école de coaches des États-Unis : 5 millions d'euros de chiffre d'affaires et douze mille coaches formés.

Henry a tout ce que l'on attend d'un super coach. Il habite une maison à San Raphael, le berceau du développement personnel, au nord de San Francisco. C'est un barbu, à la voix équilibrée et chaleureuse, qui me met tout de suite en confiance.
En 1993, avec sa femme, il lance CTI, Coach Training Institute.
« Au risque de paraître cynique, le coaching marche bien en temps de crise. Les gens ont davantage besoin de se faire épauler.
La réussite professionnelle se complique. Nous les aidons à y voir plus clair » explique Henry.
En 2002, l'activité de CTI progresse de 15 %. Depuis dix ans, l'institut a formé plus de mille coaches et onze mille personnes à un programme court sans diplôme. Le programme de certification complet dure un an et coûte 6 000 euros. Aujourd'hui, la mode, c'est le coach interne pour les entreprises. Selon *Fortune Magazine*, 35 % des entreprises américaines utilisent le coaching. Des grandes sociétés comme IBM et Marriott Hotels envoient leurs coaches internes se former chez CTI. « Avec le coaching, les entreprises sont plus performantes. Et les managers font confiance aux salariés pour qu'ils trouvent en eux-mêmes les solutions » confirme Henry. Les formations de coaching démarrent en France…

Canada

(Vancouver)

1er juillet – 3 août 2003

L'entreprise au naturel

« Enfin, nous trouvons notre havre de paix… »

Chine & Laurent

LE JOURNAL DE CHINE AU CANADA

Le havre de paix

Nous abordons notre dernière étape. Edmond est surexcité, il a tout juste un an et demi et, pour la première fois, il comprend qu'il prend l'avion ! « Awion, awion, awion ! » Nous débarquons à Vancouver, sur la côte ouest du Canada et retrouvons le français : le Canada utilise deux langues officielles. Ça fait tout drôle de relire du français à l'aéroport ! Vancouver est l'une des villes les plus récentes au monde, elle a été fondée en 1870 ! C'est une ville de pionniers attirés par la ruée vers l'or. Pourtant, à première vue, elle me semble vieille, avec ses maisons qui pourraient loger des familles de quinze personnes, leurs couleurs délavées par la pluie. Ici, il pleut six mois pendant l'hiver, on nous avait prévenus : surtout, venir l'été ! Le temps est idéal, 25 °C, une légère brise…

Le Canada est le pays de la nature, verte et bleue. Terre et mer. Un territoire grand comme l'Europe. L'océan Pacifique entoure Vancouver par trois côtés. Notre nouvelle maison domine la mer. Magnifique ! C'est notre plus bel échange. Sur trois étages, tout en bois, elle vient d'être rénovée avec des murs en baie vitrée. Dans la cuisine, il y a un robinet spécial pour l'eau bouillante ! Encore mieux que la bouilloire japonaise toujours pleine, là, même pas besoin de la remplir ! Nous imaginons les propriétaires chez nous… en espérant qu'il ne sont pas trop déçus… Ils nous appellent le premier soir : tout va bien pour eux aussi ! Ouf !

Le seul pays avec une feuille sur son drapeau, la feuille d'érable…

Greenpeace est née à Vancouver en 1971. Une équipe d'activistes en est partie sur un bateau pour empêcher des essais nucléaires en Alaska et sauver les otaries. La nature est toujours là, qui imprègne les lieux et les esprits. Le long de la plage, des centaines de troncs d'arbres sont alignés, comme échoués. Ce sont les miettes de l'industrie forestière, la plus puissante du pays. À marée basse, Edmond joue dans les mares et les ados s'éclatent sur des « skim board », des mini-surfs pour vaguelettes. L'océan Pacifique reste froid même l'été. La plage longe la ville, bordée par une voie piétonnière et une piste à vélo. Je suis l'une des seules à marcher, tous les autres courent ! J'admire les mères qui joggent avec leur bébé endormi dans la poussette. Des jeunes jouent au beach volley. Il suffit d'apporter son ballon et son filet, les piquets sont déjà là. Je sursaute devant une pancarte : « Attention Coyote ! Ne les nourrissez pas ! Ne laissez pas vos bébés seuls ! Si vous êtes attaqué par un coyote, ne fuyez pas mais criez pour l'affoler ! » Impressionnant… mais, des coyotes, je n'en verrai que sur ces panneaux. Le soir, la plage se transforme ; feu de camp, pique-nique en famille, barbecue entre amis, on entend la guitare et on sent les joints.

Vive la danse !

Je découvre la danse pour la première fois de ma vie, grâce à Daniel Conrad, l'un de nos deux contacts à Vancouver. Daniel est un réalisateur… de films de danse justement. Il superpose des chorégraphies modernes à des images de ville et de nature. Il a filmé des danseurs dans le métro de Prague : son documentaire, *Subways* a fait le tour du monde des festivals. De la danse, moi ? J'y vais le lendemain par bravade, le genre de chose que l'on ose à l'étranger, loin des regards du voisinage. Je le retrouve au Harbour Danse Center, au cœur de la « vieille ville ». Daniel me pousse dans la salle. Nous sommes une vingtaine, il est le seul homme. Je m'éclate sur de la world music, du rap et du jazz. Les trois premiers quarts d'heure, c'était juste de l'échauffement ! Après, la danse commence. J'apprends

les « chassés », les « pliés », les « sautés ». À la fin du cours, ma tête explose, impossible d'enregistrer un pas de plus. La nuit, je rêve que je suis une ballerine…

La fortune, c'est le cannabis

Pour Douglas Kennedy, notre second contact, « les plus grandes fortunes de Vancouver sont les dealers de cannabis ». Les maisons au bord de l'océan, à cent mètres de chez nous, appartiennent à des banquiers, des avocats, des médecins… qui sont aussi dealers. Pour Douglas Coupland, l'écrivain de Vancouver, la première industrie de la région, la Colombie-Britannique, est le cannabis. Pas encore en vente libre, mais autorisé pour usage thérapeutique et toléré par la police. À Vancouver, il est cultivé dans des maisons transformées en serres. Dans les kiosques, on trouve *Cannabis Canada*, un magazine en vente libre. Avec l'illustration d'une feuille de marijuana en première page, ce qui est interdit en France!

Côté plus difficile, Vancouver étant un port offrant un accès direct à l'Asie, il y a beaucoup de drogues. L'héroïne ne coûte rien et on les gens se shootent dans la rue. La police n'intervient pas. La prison ne sert à rien. Au carrefour des rues Hasting et Main, c'est à la fois le coin le plus pauvre du Canada et le centre-ville de Vancouver. Nous passons en voiture et j'aperçois des silhouettes décharnées tituber sur des talons hauts, d'autres recroquevillées contre les immeubles ou fuyant dans les ruelles parallèles. « Ils viennent de partout. Vancouver c'est leur paradis: ils trouvent ce qu'ils veulent, il ne fait jamais trop froid, ils peuvent passer l'hiver dehors. »

En marchant dans Chinatown avec ma copine Léonore, venue nous rendre visite deux semaines, nous nous retrouvons près du fameux carrefour d'« Herointown ». Nous croisons des personnes dans un état second. L'alcool, la drogue. L'avenue est bordée de brocantes et de boutiques qui achètent cash la marchandise. Les camés prêts à tout pour s'acheter leur dope y fourguent leur butin. Car il y a beaucoup de cambriolages ici. Nos échangeurs ont d'ailleurs une alarme que nous oublions toujours de brancher…

Ma nouvelle copine Joanne

Nous nous sommes rencontrées au cours de danse. Une fois par semaine, c'est son seul moment de liberté. Joanne a vingt-cinq ans. D'origine irlandaise, elle a les yeux verts et les cheveux roux. Aidan, son fils, est immense : à deux ans, il a la taille d'un enfant de cinq ans. Elle s'en occupe à plein temps et lit parfois les cartes de tarot dans les soirées. Elle m'invite chez elle, au nord de Vancouver, dans un quartier de jeunes et d'immigrants. Edmond se précipite sur une voiture à pédales et Aidan… sur les seins de sa mère. Car elle l'allaite encore ! Quand Edmond avait trois mois, tout le monde me demandait combien de temps j'allais « encore » l'allaiter. Lors de ses six mois, j'ai arrêté avec l'impression d'avoir tenu le plus longtemps possible. Mais au Canada, deux ans, c'est la moyenne et tout le monde trouve ça normal.

« Je ne lui ai pas donné de sucre les dix-huit premiers mois. Mais quand il est allé passer une semaine chez ses grands-parents, il est revenu tout excité : il tremblait à cause du sucre qu'ils lui avaient donné. » Alors pas de gâteaux ? « Si, mais des gâteaux sucrés avec des fruits, comme les energy bar. » « Energy bar » répète aussitôt Aidan. Joanne va en chercher. Une pâte brune, bourrée de fruits secs, avec de la farine complète et zéro matières grasses. Edmond y goûte et apprécie. « Pendant ma grossesse et les premiers mois de sa naissance, j'étais hystérique du bio. Maintenant, je suis moins catégorique, mais je fais attention à ce que je lui donne. Il adore le tofu. » Joanne est l'archétype de la mère canadienne : respectueuse de la nature mais pas donneuse de leçon pour autant.

Des babas fantastiques

Notre ami Hugo Verlomme, le romancier et l'auteur des *Enfants de Mermere*, nous donne les contacts de ses amis de vingt ans. Ceux avec lesquels sa femme Michka et lui ont habité dans des cabanes au Canada, au cœur de la forêt. Nous rencontrons Douglas Kennedy, photographe de talent, pour un café qui se termine sur la plage par un portrait de famille. Nous l'invitons à dîner à la maison avec sa femme Martine. Nous parlons new age. Pour Martine, c'est le retour au biolo-

gique et au développement personnel. Ces hippies évoluent avec la société tout en gardant leurs valeurs. Pendant le week-end, au Festival Folk, nous retrouvons Douglas qui tient un stand de ses photos. Je lui achète deux photos de montagnes canadiennes, à accrocher dans le bureau pour se donner de la force au travail, selon le feng shui. Un de ses amis tient le stand d'en face. Il importe des vêtements du Guatemala et fait vivre ainsi deux cents personnes là-bas. Respect.

Ici, on fume les poissons…

Nos nouveaux amis nous préviennent : ne jamais acheter de poisson d'élevage. Que du sauvage, moins gras, plus naturel. Nous découvrons ainsi les « bonbons » fabriqués par les Indiens chez le poissonnier, les « Indians candy ». C'est du saumon fumé mariné dans le sirop d'érable. Un goût sucré salé fumé à importer d'urgence en France. Martine m'épate : elle sait faire son tofu elle-même en pressant des haricots de soja. Ensuite, elle le fait mariner dans du tamari. Du tamari ? Oui, de la sauce de soja fermentée naturellement. Merci Martine, j'ai découvert comment donner du goût au tofu. Comme les ours locaux, nous mangeons des kilos de framboises et de myrtilles. Le Canada croule sous les fruits rouges. Je fais un clafoutis par jour. Laurent découvre les vins de la Colombie-Britannique. Le vin au Canada est taxé à 100 % ! Pour échapper à cet impôt liquide, les Canadiens mettent eux-mêmes leur vin en bouteille. D'ailleurs, une pièce de notre maison est réservée à cette pratique… frauduleuse !

Nos voisins américains

Un matin, un type jovial sort de son garage et me tend la main. « Hi, I am Brian. » En trois mois aux États-Unis, j'ai appris la coutume sociale de répéter les prénoms plusieurs fois pour les retenir avant de se présenter à son tour : « Hello Brian, I am Chine. » Un petit garçon descend d'un 4 x 4 : « Hi, I am Nicholas. » Nicolas a cinq ans. Et plein de jouets à prêter à Edmond. Ils viennent de Los Angeles. Brian a pris sa retraite quand son fils est né et a suivi sa femme à Vancouver, où elle dirige le musée d'Art moderne. Nicolas me montre son VTT. L'année dernière, il a suivi un stage d'une semaine pour apprendre à en faire.

Maintenant, il dévale la montagne tout seul. Son père l'entraîne aussi au golf, au tennis et au base-ball. Ils aiment leur nouvelle vie, plus calme, plus naturelle et sans violence. Plus question de retourner aux États-Unis.

Vous êtes une famille ?

Je vais à la piscine avec Edmond et ma copine Léonore. À la caisse, une fille nous demande : « Vous êtes une famille ? » Je réponds « oui » sans faire attention. Pour moi, Léonore, c'est ma famille, on se connaît depuis nos huit ans. « Alors, ça sera quatre dollars, tarif famille. » Merci ! Léonore me regarde et se marre. Qu'a-t-elle voulu dire ? Que nous sommes un couple gay avec enfant ?

Le mariage civil homosexuel fait la une des journaux. Il vient d'être accepté officiellement, comme en Hollande et en Belgique. Il y avait déjà un équivalent du PACS, mais maintenant c'est un vrai mariage comme pour les couples hétéros. Sur la plage de Kitsilano, entre la mer et les montagnes, c'est sûrement la plus grande piscine du monde, elle mesure cent trente mètres de long ! Les premières fois, on pense qu'on va couler au milieu !

Edmond parle anglais !

La première fois que j'ai entendu Edmond dire « hi » en croisant un passant, j'ai compris « aïe » et me suis inquiétée : « Tu as mal quelque part, mon chéri ? » Au deuxième « aïe », je comprends : il leur dit bonjour ! Super poli, il répond aussi « thank you ». Il a pris l'habitude des caissières de supermarchés : « Hi, thank you. »

Quand j'ai essayé de lui parler anglais pour qu'il apprenne, j'ai tenu une demi-heure. Je pense souvent à ce père chinois croisé à Shanghai avec son fils de deux ans. Il ne lui parlait qu'en anglais et même avec son accent, son fils comprenait. Du coup, quand Edmond est avec des enfants anglophones, je parle franco-anglais : « Mon chéri, do you want to go to the toboggan ? »

Mais où sont les Indiens ?

On ne dit plus « Indiens » au Canada. Le politiquement correct préfère le terme de « Premières Nations » ou « Premier Peuple ». Dès son arrivée, Léonore, qui est ethnologue, veut visiter une réserve d'Indiens. « Il n'y en a pas à Vancouver », ou bien « c'est impossible »… Les réponses sont contradictoires. Alors nous visitons le musée d'anthropologie et admirons les totems et les mocassins. Enfin, un soir, Douglas, le photographe, nous propose de nous y emmener. Nous quittons la route goudronnée pour un chemin cabossé dans la forêt. Un panneau nous prévient : nous entrons dans une réserve, il faut y pénétrer sur invitation. Je tremble d'excitation. Je m'attends à trouver un village de tipis, des coiffes en plumes et des vêtements frangés. Douglas y est déjà allé acheter du saumon frais, sous le manteau, car les Indiens n'ont pas le droit de vendre le produit de leur pêche. J'ai l'impression d'avoir quinze ans et d'aller acheter une barrette de hasch coupée au cirage et au miel. On ralentit aux premières maisons. Tout de suite, je suis frappée par les jardins en friche, les carcasses de voitures et les canapés qui traînent. D'autres maisons, en revanche, sont plus soignées. Nous croisons des « Indiens », habillés à l'occidentale. J'ai envie de me métamorphoser en Pocahontas, l'héroïne de Disney, une plume dans les cheveux pour faire moins blanche et oser sortir de la voiture. Douglas roule doucement : « Je suis content de vous montrer ça, personne ne vient, personne n'est au courant, ça n'intéresse personne. Dommage… » Car lorsque les Blancs sont arrivés dans la région, il n'y a eu ni batailles ni guerres : ils ont juste pris les terres. Du vol pur et simple. Depuis, c'est la honte du Canada : le gouvernement a donc décidé de négocier les traités. C'est encore en cours ! @

Indian food

Toujours à la recherche de cette culture perdue, nous allons dîner dans le seul restaurant indien de la ville, Liliget Feast House. Pour ne pas subir la mauvaise humeur d'Edmond quand il n'est pas couché dès 20 heures, nous arrivons les premiers à 18 heures. Le sol est couvert de gros galets. La serveuse s'amuse avec Edmond à empiler les pierres pour

faire des sculptures indiennes qu'il balaie de la main en hurlant de rire. La salle se remplit. De jeunes couples de touristes japonais arrivent. Nous commandons un canoë de nourriture indienne avec des morceaux de poissons et de fruits de mer fumés, des viandes séchées et quelques carottes. Si c'était l'une des meilleures cuisines du monde, ça se saurait!

Le Hollywood du Nord

Vancouver est la troisième ville de cinéma de l'Amérique du Nord. Juste après Los Angeles et New York! L'industrie génère 700 millions d'euros par an. Vingt-six studios de tournage, soixante-dix boîtes de post-production, trente-cinq mille emplois locaux. Et près de deux cents films et téléfilms tournés chaque année dans la région. Daniel Conrad, le réalisateur, m'explique: « Vancouver est près de Los Angeles en avion et tout est moins cher. Comme nous avons une culture de théâtre, les équipes sont excellentes. Ici, on filme l'été, surtout en extérieur: la lumière est douce, contrairement à Los Angeles. Pour faire croire qu'on est à New York, les accessoiristes remplacent les plaques d'immatriculation et les noms des rues. »

Le X-Files Tour

En cherchant des idées de business, je tombe sur le « X-Files Tour », un circuit touristique des lieux de Vancouver célèbres dans les films. Boyd, le créateur de la société, me reçoit dans son immeuble, transformé en appartement-hôtel pour les stars des films et les touristes fans de *X-Files*… car c'est dans un de ces appartements qu'habitait l'agent Scully, la rousse du FBI. Il glisse un DVD dans le lecteur: « C'est un film avec l'actrice Jet Li et un gros succès à Hong Kong et en Chine. Il est censé se passer à Oakland, près de San Francisco. Mais il a été tourné ici en 1999. » Boyd joue avec la télécommande pour ralentir les plans. À chaque image, il s'arrête et détaille: « Là, c'est l'escalier arrière », « là, on voit un bout du jardin », « là, c'est la cuisine de la suite n° 4 »… Je suis au bord de l'endormissement. Mais ça pourrait être un bon plan à Paris. Ça existe, le tour du cinéma parisien?

Les femmes du cinéma se réunissent dans le monde entier… sauf en France !

Dans mon networking féminin, j'assiste à une réunion de l'association des « femmes du cinéma et de la télévision de Vancouver » dans le salon climatisé d'un grand hôtel. Une vingtaine de femmes mais aucune ne vient vers moi ! Moins facile de networker qu'aux États-Unis ! Alors je me lance. Je parle à une réalisatrice qui travaille comme deuxième assistante : « Il y a dix ans, le cinéma ici c'était encore un monde d'hommes. C'est en train de changer grâce à l'association. Elle envoie des petites annonces de boulot régulièrement par Internet. On fait beaucoup de troc entre femmes, on s'entraide bénévolement. » Une productrice me dit : « Je suis membre de quatre associations de cinéma, celle-là est la plus grande avec ses six cent cinquante adhérents. » J'apprends que l'association « des femmes du cinéma et de la télévision » est présente dans le monde entier… sauf en France ! Il y a donc une place à prendre ! @

Free Vancouver !

Libre, cette ville de Vancouver est libre ! Je passe des heures à admirer la baie de Vancouver, entre ville, mer et montagne. Vancouver est numéro un pour la qualité de la vie dans toute l'Amérique du Nord : « C'est fantastique si on aime la nature, mais pas si on aime la culture ! » Les intellectuels voyagent souvent dans la vieille Europe pour préserver leur équilibre.

Moi, je ferme les yeux, je m'envole, je m'élève, je plane au-dessus du monde. Non, je n'ai rien fumé. Notre tour du monde commencé sept mois plus tôt s'achève en quittant le Canada. L'impression d'avoir parcouru un cycle : c'était le bon moment pour partir, c'est maintenant le moment de rentrer. À la fin de ce voyage, je ressens une liberté de tous les possibles et la joie qui va avec. Je comprends que je suis prête quand je me surprends à taper sur Internet www.picard.fr ! De Vancouver, je passe une commande de surgelés qui nous sera livrée le jour même de notre arrivée à Paris. Oui, j'ai l'esprit dans les nuages mais l'estomac terre-à-terre !

Les N.I.B. au Canada

L'entreprise au naturel

Au Canada, nous rencontrons des entrepreneurs qui ont une cabane dans la tête, un petit coin de cette immense nature. Ils y pensent souvent.
Ça les inspire. Ils ont l'esprit pionnier et créatif des chercheurs d'or qui ont bravé les montagnes Rocheuses pour s'installer sur la côte Ouest, cette nouvelle frontière. Évidemment, les business les plus innovants sont liés au sport, à la nature et aux activités de plein air.

C'est en faisant le tour du Canada à vélo que notre premier entrepreneur invente la recette du « ***chien chaud au soja*** » qui le rendra riche.
Le second dessine une marque de « ***fringue de yoga branchée*** » qui fait fureur. Le troisième crée un « ***supermarché de sport d'occasion*** ». Une mère de famille fait fortune avec son « ***chausson de bébé*** ». Un ancien informaticien installe une « ***tyrolienne… canadienne*** » pour faire découvrir une forêt vieille de huit cents ans. Et une communauté altermondialiste lance la première « ***monnaie locale convertible*** ». Pour nettoyer leurs toutous, les promeneurs du dimanche font venir le salon de « ***toilettage ambulant*** ».

Le chien chaud au soja

Faire fortune avec du « chien chaud » au soja, c'est beau et c'est bio. Yves Potvin a gagné 40 millions d'euros avec ses saucisses au soja. Il se lance aujourd'hui dans la deuxième génération de viande végétarienne. Quel carnassier !

Une amie, Sarah, invite Edmond à l'anniversaire de sa fille. Au menu, des saucisses au soja ! Sarah en vante les qualités : « Ces saucisses au soja sont très saines et bien moins grasses que les saucisses de viande. » Effectivement, sur le paquet, même pas 1 % de lipides. Edmond adore. Coup de chance, Sarah connaît Yves Potvin, l'inventeur des saucisses, et organise une rencontre. Il me donne rendez-vous dans son club de tennis et arrive au volant d'une Porsche rouge décapotable. Ce Québécois, cuisinier de formation, avait trouvé la solution pour réduire les calories et le cholestérol du fast-food. Il a inventé la charcuterie au soja, sous la marque « Yves Veggie Cuisine ». Pour faire progresser les ventes de 50 % chaque année pendant treize ans, il travaille comme un fou. Puis, en 2002, il succombe au chèque de 40 millions d'euros offert par le groupe Hain Celestial. À quarante-sept ans, Yves embraie sur son nouveau projet, Gardein. De sa mallette en cuir, il sort un Tupperware et me fait goûter un plat cuisiné de bœuf aux oignons. Ça a le goût, la texture et la forme du bœuf. Mais, cette « viande » n'est que du soja ! Yves a investi 3 millions d'euros et cinq ans de recherche : « Ces aliments au soja vont faire des milliards. Avec la crise de la vache folle, toutes les grandes marques cherchent des alternatives à la viande ! » Yves aura le mot de fin : « Une belle entreprise, c'est comme un bon plat : ça repose sur une recette toute simple. »

N.I.B. bien-être

La fringue de yoga branchée

■

Après la vague du surfwear, voilà la déferlante des vêtements de yoga branchés : Lululemon a réalisé 17 millions d'euros de vente en seulement cinq ans. Sans stress.

À Vancouver, Chip Wilson est la nouvelle coqueluche du business. Le yoga est à la mode ? Il crée des vêtements de yoga à la mode ! Sa marque Lululemon fait fureur chez les 20/35 ans. La tenue traditionnelle – vêtements sans forme et en chanvre – est bonne à jeter. Chip est un « serial entrepreneur » de quarante-sept ans. Il crée sa première société à vingt-cinq ans : des vêtements de surf. Il la revend en 1997. Un journal canadien résume le phénomène Lululemon : « 1. Expirez. 2. Inspirez. 3. Achetez. OK, la dernière partie n'est pas exactement dans l'esprit du yoga, mais quelle importance. Videz votre esprit puis votre portefeuille. Dans les deux cas, ça soulage et ça allège. » Chip fixe rendez-vous à Chine dans une de ses sept boutiques, celle du quartier de Kitsilano. La boutique est bondée. Les filles ont la taille ultra fine. Les mecs, des pectoraux luisants. Tout le monde porte du Lululemon. Pantalon à partir de 65 euros, haut à partir de 35 euros. Chip descend les marches de l'escalier deux par deux. Il est torse nu, en short et en tongs ! Grand et baraqué, il dit faire du sport neuf fois par semaine et pas seulement du yoga. « Ma femme est la designer de Lululemon. Je lui ai demandé sa main à Paris, dans un café de la rive gauche. Je n'avais même pas la place de me mettre à genoux vu ma taille, mais je devais l'épouser très vite ! » Sur les étiquettes de ses vêtements, Chip colle des maximes zen : « Regardez une plante. Avant de l'arroser et après. Transmettez les bénéfices à votre corps et à votre cerveau », ou plus simple pour démarrer : « Fixez vos buts par écrit. C'est le secret des gens riches. »

Le supermarché de sport d'occasion

Sports Junkies est la première boutique de sport où tous les articles sont d'occase. Chiffre d'affaires : 1,5 million d'euros.

Un ballon de football américain, un frisbee, une balle de baseball... Edmond rapporte des souvenirs du Canada. Ils n'ont pas coûté cher : 9 euros les trois ! Et si j'avais attendu quelques semaines de plus, j'aurais payé moitié moins. C'est la recette du succès de Sports Junkies. Tous les sports imaginables. Des milliers d'articles. Mais tous d'occasion et en bon état : rollers, raquettes de tennis, planches à voile, vélos, machines de musculation, combinaisons de plongée. Les prix baissent de 10 % toutes les deux semaines.
En cinq mois, un VTT passe de 600 à 60 euros. S'il est encore là... car on se rue sur ces magasins de crise. « Ça aide à renouveler la marchandise » explique Peter Hoffmann, le P-DG. Peter est un businessman qui n'en est pas à son coup d'essai. Sa première société, revendue depuis, posait des galeries de toits pour les voitures.
Peter est malin. Il reverse 70 % du prix de vente au propriétaire du matériel et garde la différence. « Et quand on donne aux gens l'argent gagné avec leurs affaires, en général, ils le dépensent tout de suite dans notre boutique... » Bien vu ! Autre astuce : « Puisque les articles sont en dépôt, ils ne m'appartiennent pas et je n'ai pas besoin de faire d'inventaire ! » Du coup, des économies de temps et d'argent.
Les deux boutiques sont profitables et réalisent un chiffre d'affaires d'1,5 million d'euros. Ça a l'air facile, mais attention : il faut trouver de bons produits encore utilisables et toujours fiables. C'est souvent plus difficile que de les vendre, « et il faut démarrer avec un maximum de choix » recommande sportivement Peter.

N.I.B. pour bébés

Le chausson de bébé

J'aime cette histoire de bébé business. Une mère de famille au chômage coud un chausson pour son bébé. Neuf ans plus tard, elle réalise 7 millions d'euros de chiffre d'affaires. Pour elle, c'est le pied !

La chute d'Edmond sur la table en verre à Pékin est un mauvais souvenir. Il avait glissé en chaussettes. Quelques mois plus tard, Chine est soulagée de trouver des chaussons avec semelle en daim antidérapante. Mais les chaussons Robeez sont surtout connus pour leur élastique, qui permet de les enfiler facilement et empêche les bébés de les enlever eux-mêmes.

Nous devons cette astuce à l'ingéniosité d'une mère canadienne.

Elle a cousu la première paire pour son fils Robert – Robeez dans le business. En 1994, Sandra Wilson est licenciée de Canadian Airlines.

Elle en profite pour réaliser son rêve : se mettre à son compte et travailler à la maison. Elle suit une formation de gestion et se lance.

Elle apporte quinze paires de chaussons à une foire de Vancouver.

Le succès dépasse ses attentes. Elle revient chez elle avec trois cents commandes ! Les ventes de Robeez Footwear augmentent de 80 % par an.

En 2003, elle vend quatre cent mille paires de chaussons, dont 10 % sur Internet ! Sandra exporte ses soixante-cinq modèles au Japon, en Corée, aux États-Unis et bientôt en Europe. « Je dois mon succès au bouche à oreille. Les mamans en achètent une paire.

Puis elles en parlent à leurs copines, qui en achètent à leur tour. »

Le marketing « fait par une maman pour son enfant », ça marche !

N.I.B. bien-être

La tyrolienne… canadienne

Ziptrek Ecotour ? Une aventure qui attire les foules et fait décoller l'écotourisme. C'est tellement bien que ça arrive en France. Et ce n'est qu'un début. C'est l'arbre qui cache la forêt…

David Udow, le fondateur de Ziptrek a trente-quatre ans. « Avant j'étais dans l'informatique. Les ordinateurs plantaient et les clients nous appelaient pour se plaindre ! Usant… » Désormais, ses nouveaux clients le remercient pour les trois heures de sensations fortes qu'ils viennent de vivre. Moi, pas encore : perché dans un arbre, à 50 mètres de hauteur, attaché au câble métallique qui surplombe la rivière, le guide me demande de faire trois pas en avant… dans le vide ! Et de remonter les jambes. Ça y est, c'est parti, je glisse le long d'un filin de 300 mètres. Ça va vite, 70 km/h. De l'autre côté, un arbre se rapproche. Comment freiner ? Le second guide m'attrape par les jambes. Ouf, c'est fini. Mais il reste encore quatre traversées ! Tom, le doyen de mes compagnons d'aventure, fait le cochon pendu malgré ses soixante-dix-neuf ans et son pacemaker. Merci Ziptrek Ecotour ! L'aventure débute en 2002. Aidé de deux associés et de plusieurs ingénieurs, David imagine un moyen de gagner sa vie dans les montagnes de Whistler, à deux heures de route de Vancouver. Il insiste sur la dimension pédagogique et écologique : « C'est le contre-modèle du saut à l'élastique : on paie, on saute, c'est fini. Alors que là, la tyrolienne est un mode de transport écologique, utilisé par les scientifiques pour se déplacer dans la canopée – la cime des arbres. » Les guides de Ziptrek nous font découvrir l'écosystème d'une forêt millénaire. Les cèdres de huit cents ans, le lichen de cinq cents ans, les ours bruns… Au bout d'un an, l'investissement est amorti. En haute saison, dix groupes de dix personnes partent chaque jour. Le tour coûte 65 euros. Au final, des sensations aussi fortes que les marges de ce nouveau business.

N.I.B. éthique

Utopie : la monnaie locale convertible

■

Partout dans le monde, des monnaies alternatives surgissent pour encourager les économies locales. Salt Spring Island a réussi une première mondiale : obtenir des banques la conversion de leur dollar local dans la devise nationale.

Depuis la Côte basque, l'écrivain voyageur Hugo Verlomme nous recommande son ami Lionel, maître vannier sur l'île de Salt Spring. Un bout de paradis, à quatre heures de ferry de Vancouver. La spécialité de l'île ? Le dollar. Les billets de Salt Spring Island sont poétiques. Côté face, orques et coquillages sur fond bleu d'océan. Côté pile, fermes et montagnes sur fond vert. Le dollar de Salt Spring n'est pas une monnaie de Monopoly. Depuis deux ans, il est convertible en dollar canadien. Ainsi les habitants et touristes sont encouragés à l'utiliser pour payer leurs courses. Car tous les commerçants les acceptent et les déposent ensuite à la banque qui les échange contre des dollars canadiens. Mais des collectionneurs achètent les dollars Salt Spring, sans les dépenser ! Dans ce cas, la vente des billets dégage des profits. Collectés par une association, ils financeront des projets économiques et culturels locaux. Le nom de l'association ? Le FMI : Fonds Monétaire de l'Île. Un clin d'œil au Fonds Monétaire International, « ce suppôt de la mondialisation » plaisantent les créateurs de la monnaie.

Drôle de N.I.B. pour chiens

■

Le toilettage ambulant

Soggy Doggy s'occupe du confort esthétique de votre animal de compagnie. À domicile. Et ça roule. Les chiens en sont dingos, les chats sourient et leurs proprios font ensuite les beaux.

Départ de Vancouver pour Whistler. Je prépare la voiture. À la station-service, une N.I.B. fait le plein sous nos yeux : c'est une camionnette Soggy Doggy – « le toutou crado ». Un salon mobile équipé pour le toilettage des chiens et des chats. Baignoire avec eau chaude, douche, ciseaux, rasoirs, shampoing… tous les équipements d'un salon, montés sur quatre roues et qui ressemblent aux camions de maquillage des stars utilisés pour les tournages de cinéma en extérieur. La camionnette se déplace au domicile des clients. Son chauffeur s'appelle Jennyfer. Elle travaille pour Soggy Doggy depuis sa création en 1997. « Ça marche bien car c'est un service pratique. Nos clients sont des personnes âgées, qui ne sortent pas beaucoup de chez elles. » Grâce à l'économie de loyer, Soggy Doggy est moins cher qu'un salon : 45 euros pour un chien ou un chat. À Paris, mon oncle avoue que c'est sa N.I.B. préférée. Normal, il a toujours eu un chien. Et il a le flair pour dénicher les bons créneaux !

Conclusion

La N.I.B… Nouvelle Idée de Business ou Nouvelle Invention du Bonheur ? Sans doute les deux…

Quel repos d'être à la maison !

Notre tour du monde est fini ! En rentrant à la maison, nous décompressons ! La tension qui s'était accumulée pendant le voyage retombe, nous sommes à nouveau dans le confort de nos pénates ! Nous retrouvons la facilité de l'habitude, notre lit, nos livres, nos bureaux et sommes heureux de revoir les amis et la famille. Difficile de savoir si Edmond reconnaît sa chambre de bébé. Il ne marchait pas encore quand nous sommes partis et aujourd'hui, il court partout, heureux lui aussi de retrouver une atmosphère familière. Notre appartement est comme nous l'avions quitté : tout est à sa place, rien ne manque, même les ciseaux de cuisine sont à leur place ! Laurent descend à la cave. Il remonte : sa bouteille de vieux cognac a mystérieusement été remplacée par deux bouteilles de Ricard. Va-t-il s'en remettre ? Sûrement…

Nous nous sommes transformés… et avons trouvé nos N.I.B. !

Notre rêve est devenu réalité. Nous avons le sentiment d'inventer notre vie. Ce voyage nous a donné confiance en nous. Le voyage, ça marche et ça remet les pendules à l'heure.

Chine a été influencée par sa coach en Californie et décide de se consacrer à l'exploration des nouvelles façons de vivre, de penser et de communiquer. La découverte de ces domaines est aussi importante

pour elle que celle de l'informatique, il y a vingt ans. Déjà elle donne un cours à l'École Centrale de « médiatisation et networking » et coache ceux qui en ont besoin!

Pour Laurent, avant de partir, le business, c'était l'argent, les start-up, être coté en bourse. Il s'est rendu compte que le business peut apporter autre chose, donner du sens, aider les autres, tenter de sauver la planète… Aujourd'hui, il s'identifie aux « speakers » américains, les conférenciers modernes. Depuis son retour, il anime ses premiers séminaires et consultations privés. Il applique à sa société Good Futur le modèle de l'entreprise intégrée qui lui a plu en Californie: il consacre 1 % des bénéfices et 1 % du temps de travail à des associations qui aident les personnes défavorisées à trouver leur N.I.B. et à monter leur boîte. Ça marche, ça fait sens et ça fait un bien fou à tout le monde.

Oui, notre couple s'est renforcé

Vivre ensemble un tour du monde renforce notre confiance dans notre couple. Nous savons bâtir des projets, les réaliser et les réussir, même s'ils paraissent compliqués.

Attention à la relation fusionnelle! Nous avons mis du temps à comprendre que nous ne devions pas tout faire ensemble. Nous nous sommes créé des activités différentes et avons fini par nous partager le travail. Laurent est encore plus amoureux de Chine. Il la redécouvre généreuse et douée pour les relations humaines, se constituant des réseaux express, curieuse des pratiques locales et dotée d'un sacré flair! Chine est encore plus heureuse de construire sa vie avec Laurent. Elle est épatée par son activité cérébrale. Il est entrepreneur sans oublier de profiter de la vie, de s'occuper d'Edmond et de pratiquer son yoga quotidien!

Edmond en a-t-il profité?

Est-il trop petit pour se rendre compte qu'il a vu des Chinois et des Japonais, joué avec des Australiens et des Canadiens, testé tous les « bébé business américains »? Au contraire, va-t-il être marqué pour la vie? Sûrement les deux… Nous l'avons encouragé à découvrir par lui-même pour avoir confiance en lui. Les Américains disent à leurs enfants: « You can do it » – « Vas-y, tu peux le faire! »

Nos « sept vies » et la huitième au retour

Le temps s'écoule vite en tour du monde. Arriver, s'installer, vivre et repartir. Une ville efface l'autre. Nous avons eu une vie par ville et avons été transformés. À la fin, nous nous sentons libres ! Notre amie ethnologue comprend : voyager d'une ville à l'autre, ça doit nous mettre au-dessus des choses, au-dessus de la planète. Nous pouvons nous poser où nous voulons. Nous décidons de devenir mobiles, d'avoir un pied en France et l'autre ailleurs, pourquoi pas en Californie… La région de San Francisco est en avance dans tout ce que nous aimons : l'écologie, la spiritualité, la communication, les nouvelles technologies et les nouvelles façons de vivre. Nous souhaitons y retourner tous les ans. Notre prochain pari, c'est réussir à nous « installer dans la mobilité » ! Nous sommes partis pessimistes et revenons optimistes !

Faire ce que l'on aime, c'est le bonheur !

Les entrepreneurs que nous avons rencontrés bossent. Toujours dur. Parfois, ça les réveille la nuit. Tous ne savent pas toujours comment finir l'année, mais tous sont heureux. Ils ont la pêche. C'est leur point commun. Ils font ce qu'ils aiment, ils ont trouvé leur voie et ils ont la foi, ils croient en leur N.I.B., ils croient en eux. Une N.I.B., ce n'est pas forcément une entreprise. Une N.I.B., c'est un rêve qui se réalise, c'est un projet de vie, c'est une « Nouvelle Idée du Bonheur » !

Retrouvons-nous sur www.goodfutur.com

Le dialogue a démarré avant notre voyage. Poursuivons-le sur le site de Good Futur. Vous y trouverez des ressources Internet pour aller plus loin dans votre N.I.B. Vous y découvrirez la « NIBletter », une newsletter d'actualité. Depuis le site, les particuliers pourront obtenir des consultations personnalisées et les entreprises, l'organisation de séminaires et de conférences spécifiques.

Ce livre n'est qu'un début. Il existe d'autres N.I.B., partout dans le monde et bien sûr aussi en France. Si vous en découvrez, écrivez-nous sur le site !

Le monde est à nous…
Paris, 1er décembre 2003

Annexes

Index des N.I.B.
par secteur économique 237

Index des N.I.B. par tendance 241

Sites Internet 243

Le guide d'échange de maison de Chine 253

Bibliographie 257

Remerciements 259

Index des N.I.B. par secteur économique

Certaines N.I.B. se retrouvent dans plusieurs secteurs.

Secteur	N.I.B.	Page
Alimentation	Le roi de la salade	53
	La glace au soja	173
	Les chips naturelles	174
	Le fast-food bio	175
	Le chien chaud au soja	223
Animaux	Le commerce équitable… pour chiens	65
	Le toilettage ambulant	229
Art & Culture	L’art made in China	57
	La peintre sur Internet	106
	Le musée de la bouffe	182
	Studios d’artistes à louer	196
	Bureaux d’écrivains à louer	197
Bourse & Banque	De bonnes actions	113
	L’entreprise militante	153
	La monnaie locale convertible	228
Communication & Pub	Le petit futé chinois	51
	L’agence de pub ethnique	149
Consulting	Consultants à la chinoise	55
Distribution	L’épicerie de services	77
	Supermarché chic et crise	79
	Des produits culturels à louer	84
	Le caviste cool	109
	La poste franchisée	111
	L’épicier naturel et discount	205
	Le supermarché de sport d’occasion	225
Emploi	Les jobs de rêve	194
	L’agent de patrons	195

High-Tech & Télécom	Les straps, gadgets pour téléphones mobiles	83
	L'entreprise militante	153
	Les mini-photos confettis	185
	Les DVD à volonté	187
	Le dépanneur informatique	188
	Les tuiles solaires	189
	Le tour du monde en photos	191
	Les blogs, de nouveaux médias	192
	Services informatiques à louer	198
Humanitaire	Millionnaire en euros, humanitaire en vélo	59
	La maison de retraite et l'orphelinat	61
	Croisière pacifiste	81
	De bonnes actions	113
	Se dépenser pour une cause	145
	Dîner pour une cause	147
	Entreprendre pour l'Afrique	148
	L'entreprise intégrée	199
Immobilier	Immeubles services compris	63
	La maison de retraite écolo	110
	Studios d'artistes à louer	196
	Bureaux d'écrivains à louer	197
Loisirs	Le scrapbook, l'album souvenir	105
Mode	Consultants à la chinoise	55
	Capteur de tendances	78
	L'acheteuse écologique	154
	Les bébés hard-rock	162
	La fringue de yoga branchée	224
	Le chausson de bébé	226
Personnes âgées	La maison de retraite et l'orphelinat	61
	La maison de retraite écolo	110
	Les compagnons de vie	179
Petite enfance	Les étiquettes pour enfants	111
	La basse-cour de récré	112
	Le moulage de bébés	114
	Le musée des enfants	157
	Les salles de jeux	159
	Les cours de musique	160
	La K7 de la fortune	161
	Les bébés hard-rock	162
	Les vacances en ville	163
Petite enfance : crèche	La crèche américaine	156

Restauration	Le thé aux « perles »	101
	La chaîne de restaurants chinois	203
Santé & Bien-être	L'huile de théier	107
	La clinique de longévité	183
	La pharmacie du futur	202
Sport	Millionnaire en euros, humanitaire en vélo	59
	Se dépenser pour une cause	145
	Le pilates, des abdos en béton	165
	La folie du yoga	167
	Women only !	169
	Danse, aérobic et vieux tubes	171
	Le fournisseur de bien-être	178
Tourisme	Croisière pacifiste	81
	L'écolodge, l'hôtel du futur	99
	La fortune en haut du pont	103
	La tyrolienne… canadienne	227
Vin	Le caviste cool	109

Index des N.I.B. par tendance

S'expatrier

L'entrepreneur expatrié est un pionnier. Il s'est « ***expatrié*** » souvent pour inventer un business qui n'existe pas. Plus il part jeune, mieux il réussit !

Le petit futé chinois	51
Le roi de la salade	53
Consultants à la chinoise	55
L'art made in China	57
Millionnaire en euros, humanitaire en vélo	59
Capteur de tendances	78
La peintre sur Internet	106

Éthique

L'entrepreneur « ***éthique*** » est militant, activiste, idéaliste. Il veut réconcilier le capitalisme avec l'humain. Il lance un business pour régler un problème de la société. On en a besoin !

Millionnaire en euros, humanitaire en vélo	59
La maison de retraite et l'orphelinat	61
Croisière pacifiste	81
L'écolodge, l'hôtel du futur	99
La maison de retraite écolo	110
Se dépenser pour une cause	145
Dîner pour une cause	147
Entreprendre pour l'Afrique	148
L'agence de pub ethnique	149
L'entreprise militante	153
L'acheteuse écologique	154
La monnaie locale convertible	228

Pour bébés

L'entrepreneur pour « ***bébés*** » est souvent une business woman. Elle s'est arrêtée de travailler pour s'occuper de ses enfants. Avec amour et ingéniosité, elle invente quelque chose dont elle a besoin et qui n'existe pas. Elle sait vendre son invention aux autres mères de famille.

Les étiquettes pour enfants	111
La basse-cour de récré	112
Le moulage de bébés	114
La crèche américaine	156
Le musée des enfants	157
Les salles de jeux	159
Les cours de musique	160
La K7 de la fortune	161
Les bébés hard-rock	162
Les vacances en ville	163
Le chausson de bébé	226

Bien-être

L'entrepreneur du « ***bien-être*** » est un ancien hippie. Il a su se reconvertir dans les affaires pour l'esprit et le corps. Il a créé un business qui nous rapproche de la terre.

L'huile de théier	107
Le pilates, des abdos en béton	165

La folie du yoga 167
Women only ! 169
Danse, aérobic et vieux tubes 171
La glace au soja 173
Les chips naturelles 174
Le fast-food bio 175
Le chien chaud au soja 223
La fringue de yoga branchée 224
La tyrolienne… canadienne 227

En franchise

L'entrepreneur raisonnable a besoin d'une structure. C'est une personne stable qui aime travailler pour la même entreprise toute sa vie. Mais ce n'est plus possible. Alors, il achète une « ***franchise*** » pour être son propre patron sans en avoir tous les risques.

L'épicerie de services 77
Le thé aux « perles » 101
Le scrapbook, l'album souvenir 105
La poste franchisée 111

High-tech

L'entrepreneur « ***high-tech*** » vit dans une communauté comme la Silicon Valley. Il identifie une nouvelle brique qui va s'ajouter au grand chantier de la vie numérique. Difficile en ce moment avec la crise de la technologie. Mais le marché n'a jamais été aussi grand !

Les straps, gadgets pour téléphones mobiles 83
Les mini-photos confettis 185
Les DVD à volonté 187
Le dépanneur informatique 188
Les tuiles solaires 189
Le tour du monde en photos 191
Les blogs, de nouveaux médias 192

Pour le marché des seniors

L'entrepreneur pour seniors est lui-même baby-boomer. Il crée ce dont il a besoin pour son bien-être ou ses loisirs. Il fait partie de ceux qui réinventent la façon de vieillir. Sa génération est celle qui va croître le plus vite ces trente prochaines années !

Le fournisseur de bien-être 178
Les compagnons de vie 179
L'école de l'amour 181
Le musée de la bouffe 182
La clinique de longévité 183
Le toilettage ambulant 229

De crise

L'entrepreneur qui dépasse la « ***crise*** » est le plus astucieux. Il trouve une solution pour aider les autres à se sortir de la crise, à dépenser mieux avec moins et ça fait décoller son business !

Immeubles services compris 63
L'épicerie de services 77
Supermarché chic et crise 79
Des produits culturels à louer 84
La fortune en haut du pont 103
Le caviste cool 109
Les jobs de rêve 194
L'agent de patrons 195
Studios d'artistes à louer 196
Bureaux d'écrivains à louer 197
Services informatiques à louer 198
L'entreprise intégrée 199
Carnet d'adresses à louer 200
La pharmacie du futur 202
La chaîne de restaurants chinois 203
L'épicier naturel et discount 205
Le supermarché de sport d'occasion 225

Sites Internet

La préparation du voyage

Nous avons trouvé une jeune fille au pair sur ce site de jobs d'étudiants :
www.capcampus.com

Très utile pour visualiser l'itinéraire de son tour du monde, ce site américain :
www.airtrek.com

Mais pour l'achat du billet, passez par votre agence de voyage, ou la nôtre :
www.compagniesdumonde.com (demandez Isabelle).

En Chine

La France en Chine

Le conseiller culturel cherche des assistants scientifiques parlant chinois
e-mail : frederic.beraha@diplomatie.gouv.fr

La Chambre de commerce et d'industrie française en Chine fournit l'Annuaire des entreprises françaises en Chine ; des offres d'emploi et des rencontres :
www.ccifc.org

La Mission économique (Ambassade de France) fournit de l'assistance à l'implantation d'entreprises françaises ; des études de marché ; l'identification de prospects ; et l'organisation de rendez-vous :
www.tresor-dree.org/chine

Formation

Un club culturel pour expatriés :
www.chinesecultureclub.org

Pour apprendre le wu-shu en Chine ou le faire venir en Europe, contactez Luc Bendza :
e-mail : lucbendza@hotmail.com

Les N.I.B. en Chine

Le petit futé chinois
e-mail : splinder@petitfute.com

7-Lanzmann&Ebel 12/12/03 14:40 Page 244

Le roi de la salade
www.chinaveg.com

Consultants à la chinoise
e-mail : pvilespy@263.net.cn

L'art made in China
e-mail : chengxindong@263.net

Millionnaire en euros, humanitaire en vélo
www.luoben.com

La maison de retraite et l'orphelinat
e-mail : charlottecailliez@hotmail.com

Le commerce équitable... pour chiens
www.companionroad.com

Au Japon

L'ambassade de France au Japon
www.ambafrance-jp.org

Un consultant, Étienne Barral de System B, propose des « tours marketing » trilingues du Japon :
e.barral@system-b.com.
System B, 402 Yotsuya 4-7, Shinjuku-ku, Tokyo 160-0004
tél. : 03-3351-4462/fax : 03-3351-4467

Notre traductrice, Nobuko Ohsawa, a l'habitude de travailler avec des journalistes :
e-mail : dororo@os.rim.or.jp

Les N.I.B. au Japon

L'épicerie de services
www.7-eleven.com

Croisière pacifiste
www.peaceboat.com

Capteur de tendances
www.fashioninjapan.com

Les straps, gadgets pour téléphones mobiles
www.mobile-phone-accessories.net

Des produits culturels à louer
www.tsutaya.co.jp

Le traducteur d'aboiements
www.takara.co.jp

En Australie

Pour obtenir un visa électronique de tourisme :
www.eta.immi.gov.au

Tout sur les différents visas, étudiant, travail, vacances… :
www.australie.com.au/french/201.html

L'ambassade d'Australie à Paris :
www.austgov.fr

Une agence de recrutement pour rechercher un emploi :
www.polyglot.com.au

Les études de marché de la Mission économique :
www.dree.org/australie

Le site pour handicapés :
www.accessibility.com.au

Pour les amateurs de vins australiens :
www.southcorp.com.au ; www.fosters.com.au
www.orlandowyndhamgroup.com

La maison écolo à Sydney :
www.sustainablehouse.com.au

Tous les liens sur les WC compost :
http://mamaeditions.com/f/editions/lachose/sites.html

La radio qui diffuse des news en français :
www.sbs.com.au/radio_new/index.html

Une mine d'infos sur les franchises australiennes :
www.franchise.org.au

Un magazine international de la franchise :
www.intlfranchising.com

Les N.I.B. en Australie

L'écolodge, l'hôtel du futur
www.jembyrinjahlodge.com
www.daintree-ecolodge.com.au
www.crystalcreekrainforestretreat.com.au

Le thé aux perles www.easyways.com.tw
www.bubbleteasupply.com
www.bubbleteastore.com

La fortune en haut du pont
www.bridgeclimb.com

Le scrapbook, l'album souvenir
www.scrapbookcottage.com.au (boutique)
www.creatingkeepsakes.com (magazine)
www.creatingkeepsakes.com/shop/

La peintre sur Internet
www.murielmoret.com

L'huile de théier
www.thursdayplantation.com

Le caviste cool
www.vintagecellars.com.au

La maison de retraite écolo
www.thegreen.com.au

La poste franchisée
www.poaal.com.au

Les étiquettes pour enfants
www.designaname.com.au

La basse-cour de récré
www.kindifarm.com

De bonnes actions
www.sharegift.org

Le moulage de bébés
www.twinkletoes.com.au

Aux États-Unis

Coaching et communication

La coach de Laurent pour parler en public – Cindy Steiner, elle parle français, à San Francisco :
www.steinerinternational.com

La coach de Chine – Claudia L'Amoreaux, à Berkeley :
www.learningconversations.com

La coach d'Energy Healing – Shelley Hodgen :
e-mail : shodgen@webtv.net

La communication non violente : www.cnvc.org. *Un site en français :*
http://cnvf.free.fr

L'autoprotection et la confiance en soi pour enfants et adultes :
www.kidpower.org.

Un site en français :
www.kidpower.org/montreal

Gym

Pour le pilates, le site général d'information en anglais :
www.allaboutpilates.com

Le studio de pilates à Mountain View, Californie :
www.centerofbalance.com

Notre prof de yoga à Paris : Virginie Boé
www.yogaparis.com

Toutes les différentes aquagyms du YMCA de Berkeley :
www.baymca.org/index.php/d_exercise_wellness.html

Des parents organisés

En France, les forums de :
www.magicmaman.fr

À Berkeley, le site des parents :
http://parents.berkeley.edu

Carte verte

Le site officiel :
http://travel.state.gov/DV2004.html

Une des nombreuses sociétés payantes, chargée d'aider à remplir les formulaires :
www.usa-green-card.com

Informatique

Le Musée de l'informatique à Mountain View. Avec plein d'infos en ligne :
www.computerhistory.org

Une newsletter sur le marché du jeu vidéo – en anglais :
e-mail : descamps_frederic@gbs.standford.edu

Le cours d'ingénieur et design de Ken Goldbeg à l'Université de Berkeley :
www.ieor.berkeley.edu/~goldberg/courses/S03/170/

Networking de femmes

L'association des femmes scientifiques :
www.awis.org

Le Forum for Women Entrepreneur :
www.fwe.org

L'association qui aide les immigrés à retrouver leur ancien travail :
www.upwardlyglobal.org.

L'association qui aide les lycéennes à prendre leur vie en main :
www.girlsforachange.org

Les N.I.B. aux États-Unis

N.I.B. éthique

Se dépenser pour une cause
www.aidsmarathon.com
www.aidslifecycle.org
www.avonwalk.org

Dîner pour une cause
www.diningoutforlife.com

Entreprendre pour l'Afrique
www.approtec.org

L'agence de pub ethnique
www.publicissl.com
www.sopi.fr (Livre blanc)
www.multicultural.com (news)

L'entreprise militante
www.workingassets.com

L'acheteuse écologique
www.chiceco.com

N.I.B. pour bébés

La crèche américaine
www.kindercare.com
www.childrensworld.com
www.brighthorizons.com
www.startingadaycarecenter.com (conseils)
www.futureofchildren.org (newsletter)
www.ccie.com. (journal)

Le musée des enfants
www.habitot.org

Les salles de jeux
www.playandmusic.com

Les cours de musique
www.jinglejamboree.com

La K7 de la fortune
www.babyeinstein.com

Les bébés hard-rock
www.metalbabies.com

Les vacances en ville
www.citycamp.net

N.I.B. bien-être

Le pilates, des abdos en béton
www.pilatescardiocamp.com

La folie du yoga
www.bikramyoga.com
www.funkydooryoga.com

Women only!
www.curvesinternational.com

Danse, aérobic et vieux tubes
www.jazzercise.com

La glace au soja
www.turtlemountain.com

Les chips naturelles
www.terrachips.com

Le fast-food bio
www.onaturals.com

La vie saine
www.naturalinvestor.com (newsletter)
www.expowest.com (salon)

N.I.B. high-tech

Les mini-photos confettis
www.confoti.com

Les DVD à volonté
www.netflix.com

Le dépanneur informatique
www.geeksoncall.com

Les tuiles solaires
www.nanosysinc.com

Le tour du monde en photos
www.fotolog.net

Sites Internet

Les blogs, de nouveaux médias
www.ohmynews.com
www.blogger.com. (outil d'édition)

N.I.B. pour le marché des seniors

Le fournisseur de bien-être
www.gaiam.com

Les compagnons de vie
www.homeinstead.com

L'école de l'amour
www.hai.org

Le musée de la bouffe
www.copia.org

La clinique de longévité
www.theplc.net

N.I.B. de crise

Les jobs de rêve
www.fabjob.com

L'agent de patrons
www.canalstreettalent.com

Studios d'artistes à louer
www.theartgym.com

Bureaux d'écrivains à louer
www.sfgrotto.org

Services informatiques à louer
www.salesforce.com

L'entreprise intégrée
www.salesforcefoundation.org

Carnet d'adresses à louer
www.bni.com
www.MastersofNetworking.com

La pharmacie du futur
www.pharmaca.com

La chaîne de restaurants chinois
www.pfchangs.com

L'épicier naturel et discount
www.traderjoes.com

Le coach vedette
www.tonyrobbins.com

L'école de coaches
www.thecoaches.com

Au Canada

Le site officiel pour immigrer au Canada :
www.cic.gc.ca

Le bureau des affaires indiennes du Canada :
www.ainc-inac.gc.ca

Le cinéma à Vancouver, le Hollywood du Nord :
www.bcpassport.com/hollywood.html

Le site des X-Files tour :
www.x-tour.com

L'Association des femmes du cinéma et de la télévision du Canada :
www.womeninfilm.ca

Les N.I.B. au Canada

Le chien chaud au soja
www.yvesveggie.com
www.gardein.com

La fringue de yoga branchée
www.lululemon.com

Le supermarché de sport d'occasion
www.sportsjunkies.com

Le chausson de bébé
www.robeez.com

La tyrolienne… canadienne
www.ziptrek.com

La monnaie locale convertible
www.saltspringisland.bc.ca

Le site du livre : www.goodfutur.com

Retrouvez les Nouvelles Idées de Business sur
www.goodfutur.com

Le guide d'échange de maison de Chine

Bien échanger sa maison pour mieux changer de vie

L'échange de maison

Quand je découvre les sites d'échange, j'y passe mes soirées et ne vois pas le temps passer. Le voyage commence déjà dans la tête !

J'investis deux heures par jour pendant trois mois pour organiser les échanges du voyage !

Quatre mois avant le départ, je m'inscris sur les deux sites Internet les plus fréquentés et passe mon annonce.

J'envoie également des centaines de messages aux personnes souhaitant venir à Paris.

On peut toujours passer une annonce sur un site puis attendre les propositions !

Nous en recevons des centaines et de tous les genres : un week-end à Florence, un pont au Pays Basque ; une semaine à Amsterdam ; un mois à New York…

Surfer sur les sites performants

Une des plus anciennes organisations d'échange de maison édite tous les ans un catalogue des offres.

Passer simplement une annonce sur le site avec parution en ligne immédiate coûte 110 euros par an. Pour une annonce mixte – site et catalogue – c'est 170 euros.

Pour se lancer à fond dans les échanges, la version catalogue complète bien le site : ***www.homelink.org***

Un autre site, plus facile pour démarrer : inutile de s'abonner pour envoyer un message !

Autre atout, la « recherche inversée » pour savoir « quelles sont les personnes dans le pays où nous voulons aller qui veulent venir chez nous ? ».

50 euros pour passer son annonce un an, et l'année suivante est gratuite en cas d'insuccès : ***www.homeexchange.com***

Bien préparer sa maison

Nous avons préparé notre appartement pour accueillir successivement cinq familles

– Tout ranger et nettoyer. Nous enlevons les photos personnelles, lavons les rideaux, et prévoyons un grand ménage après notre départ.

– Faire de la place dans les placards (chambre et salle de bain notamment)

– Ranger ce qui a de la valeur dans une pièce ou un meuble qui ferme à clé.

– Un bricoleur vient réparer tous les trucs qui ne vont pas : serrures, bondes, portes... Bilan : l'appartement n'a jamais été aussi impeccable !

– Penser au courrier. Qui le récupère ? Ce sera Mira, l'ancienne gardienne. Elle jette les prospectus et est autorisée à aller chercher les recommandés à la poste.

– Comment accueillir les échangeurs ? Qui leur remet les clés, les reprend ? Encore Mira, merci mille fois Mira.

– Nous préparons six sacs. Un par échange. Chaque sac contient des éponges neuves, des sacs-poubelle, du Sopalin, du savon. Tout ce qui aurait été neuf si nous avions été là juste avant leur arrivée.

– Laisser des vivres et des surprises pour le premier jour : bouteille de vin, conserve, confiture... Mira achètera au dernier moment du pain, du beurre, du lait, du jus d'orange, des fruits...

– La femme de ménage viendra entre chaque échange faire le ménage à fond et changer les draps des lits.

– Enfin, demander à quelqu'un de passer le deuxième ou troisième jour de chaque arrivée pour voir si tout se passe bien. La sœur de Laurent accepte cette tâche. Merci Eva !

Tout consigner dans le livre de la maison

« Le livre de la maison » fait plus de vingt pages. Je le glisse dans un classeur avec une photo de nous trois pour pallier leur curiosité !

– Détailler le fonctionnement des appareils électroménagers, de la télé, du téléphone, de l'ordinateur et d'Internet. Laisser bien en vue leurs manuels d'utilisation.

– Donner les bonnes adresses des commerçants et des restaurants du quartier. Nous avons couvert notre frigidaire des cartes de nos commerces préférés.

– Faire la liste des urgences et des personnes à contacter en cas de problème (police, pompiers, SAMU, SOS Médecin, etc.).

Des échanges plus ou moins faciles selon les pays

Ce système de voyage a commencé par se développer dans les pays anglo-saxons. Échanger avec eux, c'est très facile et usuel.

– En Australie, les saisons sont inversées. Ça vaut le coup d'y partir en hiver !

– Au Canada, il est aisé de trouver des échanges car les demandes sont nombreuses pour la France.

– Avec les États-Unis, aussi, y compris pour de longs échanges. Ainsi, les professeurs d'université prévoient souvent de passer six mois ou un an en France.

– En Chine, les expatriés français sont contents de rentrer en France et de ne pas habiter dans leur famille : un bon filon !

– Au Japon, en revanche, impossible de trouver des échanges. Car il est interdit de prêter son logement en l'absence des propriétaires ou des locataires.

Des avantages évidents

– L'échange, c'est d'abord l'espace : chacun a sa chambre, rien à voir avec l'hôtel.

– On trouve tout dans la maison : des jouets, des vélos, des livres, des DVD, Internet...

– On est plongé dans la culture de nos échangeurs.

– Et bien sûr, c'est économique : aucun frais de logement ni de location de voiture. Nous n'avons pas de voiture à Paris, mais nous avons utilisé celles de nos hôtes quand c'était nécessaire. Pour l'assurance, il n'y a aucun supplément.

Bibliographie

Voici les livres que nous avons aimés lors de notre voyage

En Chine

La vie quotidienne d'une écolière chinoise :
Le Journal de Ma-Yan, de Pierre Haski, Ramsay, 2002.

L'arrière-grand-père de Chine, poète et explorateur :
Stèles, *René Leys*, *Le fils du ciel*, de Victor Segalen,
in *Œuvres complètes*, coll. Bouquins, Robert Laffont, 1995.

Le Zola chinois :
Le Tireur de pousse, de Lao She.

Le Pierre Desproges chinois sur l'univers kafkaïen d'une administration :
Le Malaise, de Laoniu, éditions Bleu de Chine.

Au Japon

La face cachée des traditions :
Éloge de l'ombre, de Tanizaki Junichiro.

Une saga familiale japonaise du XXe siècle :
La Saison des cerisiers en fleur, de Ruriko Pilgrim, J'ai Lu, 2002.

Sur la cyberculture : *Otaku, les enfants du virtuel*, d'Étienne Barral, J'ai Lu, 2001.

En Australie

Sur la culture aborigène : *Voices of the first day*, de Robert Lawlor, 1991.

Aux États-Unis

La communication non-violente :
Les mots sont des fenêtres, de Marshall Rosenberg, La Découverte, 2002.

Autre méthode pour mieux discuter :
Difficult conversations, de Douglas Stone, Bruce Patton, Sheila Heen,
Penguin, 1999.

L'étude sur les couples à l'arrivée de leur premier enfant :
1 + 1 = 3, de Carolyn et Philip Cowan, J'ai Lu, 1994.

La première étude sur la créativité :
Creativity, de Mihaly Csikszentmihalyi, HarperCollins, 1996.

Bibliographie

Pour accéder au bonheur :
Les 100 secrets simples des gens heureux (pas encore traduit), de David Niven, HarperCollins, 2000.

L'apprentissage sexuel à la californienne :
Conversations impudiques, d'Édouard Servan-Schreiber et Madeleine Chapsal, Pauvert, 2002.

Pour évaluer son coach :
Co-Active Coaching, d'Henry Kimsey-House, Davies-Black Pub, 1998.

Sur le marketing ethnique, le livre français de référence :
Etnik ! Le marketing de la différence, d'Anne Sengès, Autrement, 2003.

La bible du marketing ethnique latinos :
Marketing to American Latinos, d'Isabel Valdes, Paramount Market Publishing, 2002.

Sur les différences culturelles :
Français et Américains, l'autre rive, de Pascal Baudry, Village Mondial, 2003.

Les flops de 100 start-up décortiqués :
F'd Companies, de Philip J. Kaplan, Simon & Schuster, 2002.

La télérobotique et la télépistemologie :
The Robot in the Garden, de Ken Goldberg, MIT Press, 2001.

Tout sur les enfants de un à trois ans :
What to expect : the toddlers years, d'Arlene Einsenberg et Heidi Murkoff, Workman Publishing, 1994.

Le roman pour comprendre les nanotechnologies :
La Proie, de Michael Crichton, Robert Laffont, 2003.

Thriller américain devenu un succès grâce aux critiques sur Internet :
The Da Vinci Code, de Dan Brown, JC Lattès, mars 2004.

En préparation, le livre de référence sur les réseaux, de Francis Pisani et John Arquilla : www.pisani.net

Au Canada

Parmi les rares et passionnants ouvrages sur la culture canadienne :
Vancouver, the City of Light et *Souvenir of Canada*, de Douglas Coupland.

Une Canadienne qui nous aime bien quand même :
Lettre ouverte aux Français qui se croient le nombril du monde, de Denise Bombardier, Albin Michel.

La cyber-quête d'une chasseuse de tendances :
Pattern Recognition, de William Gibson, 2003.

Le casse-tête du bilinguisme :
Oh Canada ! Oh Quebec, de Mordecai Richler, Penguin.

Remerciements

Dans cette recherche de N.I.B., nous n'étions pas que trois ! Nous devons beaucoup à tous ceux qui nous ont aidés avant, pendant et après le voyage, aux entrepreneurs qui ont pris le temps de nous recevoir, à tous ceux qui nous ont écrit pour nous dire que nous leur donnions la pêche, à tous nos échangeurs pour leur confiance, sans oublier Stéphanie pour s'être si bien occupée d'Edmond.

À Paris

Laurent et Isabelle Laffont, des éditions JC Lattès, qui aiment les N.I.B. !

Christophe Bertin, pour son « copy editing » en vermeil.

Olivier Bréchard, pour sa relecture en or.

Gilles Pouzin, Gilles Kremer, Thierry Le Vallois, Anne Jaffrennou, pour avoir lancé la mécanique.

Dominique Glocheux, Bruno Giussani et Geneviève Morand, pour les premiers encouragements.

Pascal Cagny, d'Apple Europe, et Ian Lopez, de Canon, nos sympathiques sponsors.

Laurent Sorbier, conseiller du Premier ministre, pour nous avoir aidés à ouvrir les portes de la France à l'étranger.

René Duringer, Françoise Saves et Christine Deschamps, du Conseil supérieur de l'ordre des experts comptables. Alain Bosetti et Marie-Pierre Doré, du Salon des microentreprises. Cécile Thaler, de Plateforme. Éric Langrognet, de l'École Centrale. Robert Piret, de l'ESCP-EAP. Frédéric Georges et Aude Claire de Parcevaux, de l'Entreprise. Tina Kieffer et Elisabeth Alexandre, de *Marie-Claire*. Pour avoir facilité notre atterrissage à Paris.

Michel et Eva Edel, Sarah et Thérèse Gutmann, Mira et Gosia, pour avoir assuré le back-office juridique et opérationnel pendant notre absence.

Brahim Hamdouni, Dominique Delport et Arnaud Schmite, de Streampower, David Latos et Florence Bechetoille, pour leur précieux support technique.

Martine Attal-Vallière, David Ausseil, Marc Cherky, Marc Dangear, Éric Dugelay, Michelle et François Fraiberger, Annie Kahn, Victor Le Broussois, Laurent Mauriac, Laure Melerio, Édouard Montier, Guillaume Segalen, Charles Valade, pour leurs contacts internationaux.

Laurent Dreyfus Schmidt et Charles Berdugo, pour leur fidèle amitié.

Alain Bober, pour son éducation précoce aux N.I.B.

En Chine

Catherine Chauvinc, Claudia Vogg, Caroline Seguin et Steve, Yann Lombard de China Interactive, Xavier Marchelidon, Youcef et Adonis, pour avoir guidé nos premiers pas.

Jean-Pierre Lafon, ambassadeur de France, Isabelle Fernandez de la mission économique de Shanghai et Bernard son mari, Philippe Gassmann de la mission économique de Pékin, Thomas Gnocchi du Junior Manager Training Program, Frédéric Béraha, attaché culturel, et le médecin de l'ambassade, pour nous avoir reçus et aidés.

Serge Dumont, Jean-Michel Piveteau et Wang Yang, pour leur connaissance du business.

Michel et Anne-Marie pour leur accueil familial, leur humour et leur énergie !

Hervé Langlais et Fanny Dalbera pour leur amitié et leur bon plan de toile d'ancêtres !

Alizé Le Maoult et Ulysse, pour être venus nous voir.

François Tamisier, pour la visite du chantier de l'Opéra de Pékin.

Charlotte Caillez, Fabrice Splindler, Xavier Naville, Elise de Saint Guilhem et Christophe Peres... pour leur belle histoire !

Spécial merci à Caroline Puel et AMZN, pour leur temps, leur amitié et tous leurs contacts.

Au Japon

Judith Ravia-Hajdenberg, Meier, Noy, Mika et Yohav, pour leur accueil généreux.

David et Bénédicte Barroux, pour le dîner et toutes les N.I.B.

Monique et Michel Rouillaud pour leur gentillesse !

Pierre, Mami et Celene Baudry pour leurs contacts et, surtout, pour avoir supporté le spectacle d'Edmond mangeant dans un restaurant gastronomique japonais !

Nobuko Ohsawa pour nous avoir guidés entre les nouveautés.

Étienne Barral pour ses top tuyaux et son téléphone qui a fini dans le café au lait...

Loïc Bizel et Takahashi Masaki pour leur temps précieux.

En Australie

Andrea Larkin, pour son dynamisme et ses contacts.

Fabienne Mackay pour son amitié et sa vision politique ainsi que Charles, son mari, pour le meilleur BBQ australien.

Thomas et Anne Birouste pour la bouffée d'air pur de leur maison.

Stéphane et Lisa Zerbib pour leur confiance.

Stéphane Hiscock pour sa radio.

Muriel Moret, Rick Otton et Corinne Bot, pour leur belle histoire.

Louis-Michel Morris et Antoine Chery de la Mission économique française.

Aux États-Unis

Wendy, James, Sienna et Reed Cornish pour leur confiance et tous les jouets.

Laura et Renaud Garnier pour leur amitié, leurs tuyaux et le dépannage de la voiture !

Tom McCook du Center of Balance, le meilleur prof de pilates.

Ken Goldberg pour ses contacts qui tombent à pic.

Marla et Mark Holtzman, nos voisins.

Gina Moreland, Wanda Sawicka, Mark Devito, Tim Alley, Kathleen Ludice, Jane Kelly, Jeff Luna-Sparks, Jeffrey Hyman, Stephen Empedocles, Christian Joly, Corinne Wayshak, Michelle Melendez, Susan Hailey, Susan Bernhard, Christine Jesser, Fong-Yih Bih, Sharon Miller, Martin Fisher, Lucie Buchbinder, Niko Clifford, Kim Fisher, Virginie Glaenzer et Éric Hautemont pour leur aide précieuse dans notre chasse à la N.I.B. !

Peter, le garagiste, et Jorge, le plombier…

Ale Gicqueau et Benoît Rungeard de Silicon French.

Karen et Fabrice Beer-Gabel pour leurs contacts, leur amitié et la piscine !

Claudia L'Amoreaux, Cindy Steiner et Katia Verresen pour leurs idées, leur coaching et leur inspiration.

Abraham Davis de Chochmat et Vincent Worms pour leurs méditations.

Au Canada

Gerda et Walter pour leur maison où nous étions comme à la maison en mieux.

Isabelle Pelier, Michka et Hugo Verlomme pour leurs amis.

Lionel, de Salt Spring Island, et ses dollars locaux.

Joanne, John et Edain Willette, une vraie famille naturelle.

Daniel Conrad pour la danse moderne.

Douglas et Martine Kennedy, amis et guides.

Brian, Kathlyn et Nicolas nos voisins, pour les jouets, le musée et leur amitié.

Roseline Villote Kalifa pour sa visite et ses discussions.

Sarah et Max pour la découverte de la saucisse au soja.

Merci spécial à Léonore Le Caisne pour sa visite, sa délicatesse et ses points de vue d'ethnologue.

Achevé d'imprimer